

# مبادئ الإقتصاد

للفيف الخامس الأدبي

## تأليف

أ. د. عبد علي كاظم المعموري  
د. حيدر نعمة غالي - د. فريد جواد الدليمي  
د. عماد محمد علي - د. حسن لطيف الزبيدي  
د. جواد كاظم البكري - غازي مطلق صخي  
أحلام جاسم خضير - حسين عبد الحسين  
عماد حسن حسين - لمى هادي خميس

المشرف العلمي على الطبع: لمى هادي خميس  
المشرف الفني على الطبع: جبار أحمد جاسم



الموقع الرسمي للمديرية العامة للمناهج على شبكة الانترنت

[www.manahj.edu.iq](http://www.manahj.edu.iq)

البريد الإلكتروني ] [Info@manahj.edu.iq](mailto:Info@manahj.edu.iq)  
[manahjb@yahoo.com](mailto:manahjb@yahoo.com)



اتساقاً مع التطورات التي يشهدها العالم المعاصر، ظهر جلياً أهمية مواكبة المناهج الدراسية لتلك التطورات، لذا عمدت مديرية المناهج في وزارة التربية بالتعاون مع أكاديميين مختصين من الجامعات العراقية، إلى تحديث مادة الاقتصاد في الفرعين الأدبي والمهني، وتعزيز المنهج بالجوانب العملية بما يناسب المرحلة الدراسية، وتقديم مادة الاقتصاد بأسلوب يتمكن به الطالب من الإلمام بحزمة من الموضوعات التي تلامس واقع الحياة المعاصرة، في ظل سعي حثيث نحو بناء القدرات البشرية التي يتمكن الطالب بها من فهم الظواهر الاقتصادية سواء في إطارها المحلي أو العالمي.

وقد توخى المؤلفون تعزيز المادة الدراسية بالأمثلة الواقعية والرسوم والجداول والأسئلة التفاعلية بأسلوب مبسط ومكثف، وبطريقة يُرجى أن تكون نافعة للطالب والمدرس.

إن هذا الجهد العلمي لا يمكن له أن يكون مثمراً من دون التعاون ما بين الطلبة ومدرسي مادة الاقتصاد... فقد وُضِعَتْ مجموعة واجبات في حقل النشاط اللاصفي، يتطلب من الطلبة إنجازها، ونأمل من المدرسين التركيز عليها لكونها تعد جزءاً مكماً للمنهج الدراسي، نتطلع نحن المؤلفين بصدق أن نُقدِّم كتاب الاقتصاد هذا بحلته الجديدة، من مفاهيم ومعلومات علمية ثرية لطلاب

مرحلة الخامس الأدبي ليكون منطلقاً وأساساً للتوسع في هذا الحقل العلمي في المستقبل .

وتتكون هيكلية الكتاب من سبعة فصول، مقسمة على وفق ترتيب معين، يحقق الانسيابية في فهم المادة من ناحية، والأغراض المتوخاة من هذا الكتاب من ناحية أخرى. ولا بد من الشد على أيدي المدرسين للالتزام بتكليف الطلبة بتنفيذ الأنشطة الموضوعية في نهاية كل فصل .

لقد حاولنا أن نجتمع بين البعد الأكاديمي والبعد العملي، بالاستعانة بعدد من المتخصصين في العلوم الاقتصادية من مختلف الجامعات العراقية، فضلاً عن هم في الحقل التربوي، وقد أخضع هذا الكتاب إلى تقييم الخبرة العلمية من ذوي الاختصاص .

نأمل أن يكون هذا الكتاب بمستوى التوجهات التربوية، على وفق الأساليب الحديثة في التربية والتعليم، ومتناسباً مع التطورات المتسارعة في ميدان علم الاقتصاد بما يتناسب مع المستوى الدراسي للطلبة .

ومن الله التوفيق كله

المؤلفون

## الفصل الأول

# علم الاقتصاد - المفاهيم والمصطلحات

- \* تعريف علم الاقتصاد
- \* أهمية دراسة علم الاقتصاد
- \* علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى
- \* المشكلة الاقتصادية
- \* الحاجات الاقتصادية
- \* الفعاليات الاقتصادية





## الفصل الاول

### علم الاقتصاد - المفاهيم والمصطلحات

ابتكر المفكرون والفلاسفة عبر التاريخ البشري معارف وعلومًا كثيرة تسعى إلى اكتشاف العالم الذي من حولنا وتفسير الأحداث التي تجري، وعلى الطالب أن يُلمَّ بمعارف مختلفة، كالرياضيات والجغرافيا والأحياء والفيزياء والفلك، إذ تمكّنتنا هذه العلوم من معرفة أشياء متعددة نحتاج إلى أغلبها في حياتنا اليومية.

### أولاً: تعريف علم الاقتصاد

وجدت في حضارة وادي الرافدين قديماً الكثير من مظاهر التنظيم الاقتصادي، إلا أنها لم ترتق إلى التنظير الاقتصادي، فقد وجدت العملة بشكلها المعدني، ووضع العراقيون أول أنموذج للمصارف في التاريخ في مدينة الوركاء (الناصرية حالياً)، كما وجد نظام للقروض وبأسعار فائدة متفاوتة تبعاً لدرجة المخاطرة، وابتكر العراقيون الأوائل نظام القيد المزدوج، والذي يعمل به محاسبياً إلى الآن، ووضعوا لبنات الدولة/ السلطة، عن طريق قوانين منها (قانون اشنونا - أوروكاجينا - أورنمو - قوانين حمورابي).

على أنّ أول من استعمل كلمة اقتصاد هو أرسطو وكانت تعني في نظره تدبير المنزل. واشتقت كلمة الاقتصاد (Economy) من كلمتين يونانيتين هما

(Oikos) وتعني منزل، و(Nomos) التي تعني تدبير، وبذلك يكون معنى كلمة الاقتصاد (تدبير المنزل).

وقد تأثرت المدارس الفكرية اللاحقة بآراء أرسطو، ولا سيما في أوروبا - العصر الوسيط، فيما خطا (توماس الاكوييني) خطوة متقدمة عندما أعطى للاقتصاد مضموناً جديداً بإدخاله موضوع (التبادل).

فيما أطلق (أنتوني دي مونكرتيان) مصطلح الاقتصاد السياسي أول مرة في أوائل القرن السابع عشر في كتابه (بحث في الاقتصاد السياسي).

ثم قدم جماعة من الكتاب في فرنسا يؤمنون بالأفكار الليبرالية الاقتصادية، أطلق عليهم (المدرسة الطبيعية - الفيزوقراط)، أطروحات أسست فيما بعد لظهور علم الاقتصاد لاحقاً، حين عدّوا أن الكون يخضع لقوانين طبيعية، وأنه خارج إرادة البشر، لذا افترضوا عدم التدخل في الآليات الحاكمة لهذا النظام الكوني.

بعد ذلك جاء آدم سميث (اقتصادي انكليزي) عام 1776، ليضع المبادئ الأساسية لاقتصاد السوق، في كتابه (بحث في طبيعة وأسباب ثروة الأمم).

ويعنى علم الاقتصاد بالناس وحاجاتهم، لذلك يدرس البيئة التي يؤمن فيها الإنسان معيشته، واستعماله المصادر المنتجة (مثل المصادر الطبيعية - كالأراضي الزراعية والمياه والنفط والمعادن الموجودة في باطن الأرض - ومعدات رأس المال كالمكائن والآلات الإنتاجية)، لغرض استغلال هذه الموارد بقصد إنتاج السلع والخدمات القادرة على إشباع الحاجات البشرية.

وقد عرّف آدم سميث - الاقتصاد: هو العلم الذي يختص بدراسة الوسائل التي يمكن للأمة بواسطتها من أن تغتني مادياً.

**علم الاقتصاد:** هو دراسة كيف يمكن للمجتمعات أن تستعمل مواردها النادرة لإنتاج سلع وخدمات وتوزيعها بين الناس.

ويعد الاقتصاد Economy من المعارف المهمة، لذا شهدت دراسته عناية كبيرة وتطويراً على يد فلاسفة ومفكرين، ممن أسسوا قواعد المعرفة الاقتصادية، وأسسوا ما صار يعرف اليوم بـ(علم الاقتصاد). وبهذا المعنى فهو علم مستقل تماماً، كما هو الحال بالنسبة إلى الفيزياء والكيمياء والأحياء، لكونه يستعمل مجموعة موضوعية من الأدوات لأغراض التحليل لا تعتمد على افتراضات ثقافية معينة، فضلاً عن أنّ له قوانينه ونظرياته التي تنطبق في كل مكان، لكنها تتطور مع الزمن ومع اكتشاف حقائق تجريبية جديدة، تجعل منه مواكباً لتطور الحياة المعاصرة، بما تحمله من تقدم تكنولوجي ومعرفي، يرتقي إلى مستوى الثورة العلمية.

## ثانياً: أهمية دراسة علم الاقتصاد

كثرت الأسباب التي تدفعنا إلى دراسة علم الاقتصاد، إذ إنّ هذا العلم على تماس مباشر مع حياتنا اليومية، ففي كل يوم يتخذ الفرد مجموعة من القرارات المتعلقة بنوعية السلع التي يشتريها، وحجم تلك السلع لإشباع حاجاته اليومية والمستقبلية، فضلاً عن القرارات التي تتعلق باختيار العمل الذي سيمارسه في المستقبل، ويحاول الناس التوفيق بين ما يحصلون عليه من دخل لتوزيعه في الاستهلاك اليومي والادخار للمستقبل، لذا تساعد معرفتنا بعلم الاقتصاد أن نكون أكثر فهماً لحياتنا، وأكثر قدرة على التخطيط السليم للمستقبل.

إنّ علم الاقتصاد يتضمن أموراً توجه حياتنا اليومية توجيهاً عملياً، وتمكننا من النظر إلى العالم نظرة خاصة، فعندما نسمع في نشرة الإخبار اليومية ارتفاع أو انخفاض أسعار النفط في الأسواق الدولية، وتحقيق إحدى الشركات الكبيرة أرباحاً جيدة وقيامها بتوزيعها على المساهمين فيها، في ما توقعنا الإخبار حصول انتعاش اقتصادي بسبب الإسراع بإقرار الموازنة العامة للدولة، وتركيزها على المشاريع الاستثمارية في البنى التحتية (مثل الطرق والجسور والمطارات)، وأنّ إقدام العراق على تطوير موانئه في البصرة، سيمكنه من إنعاش التجارة وتوفير المزيد من السلع



للمستهلكين، فإن ذلك سيؤدي إلى إثارة العديد من التساؤلات التي تحتاج الإجابة عليها فهماً لطبيعة هذه المتغيرات وما الذي ستؤدي إليه .

وأن معرفتنا الاقتصادية تمكننا من فهم الكيفية التي يقوم بها عمل النظام الاقتصادي بوظائفه المختلفة، في تحديد أنواع وكميات السلع والخدمات التي تنتج وطرائق إنتاجها وكيفية توزيعها، فضلاً عن معرفة كيفية نشوء المشكلات والأزمات الاقتصادية وإمكانات حلها . في هذا الاطار تم تقديم ثلاثة أنظمة اقتصادية أساسية هي:-

- 1 - النظام الاقتصادي الرأسمالي
- 2 - النظام الاقتصادي الاشتراكي
- 3 - النظام الاقتصادي الإسلامي

ولكل من هذه الأنظمة فلسفته وقوانينه وآليات عمله، وأنها تختلف أيضاً في نظرتها لمسببات حدوث المشكلات والأزمات الاقتصادية، وأساليب حلها، نظراً إلى اختلاف القوانين الحاكمة لكل نظام اقتصادي، فالنظام الرأسمالي يرى بأن (آليات العرض والطلب) كقيلة بحل أي اختلال في النظام الاقتصادي، على حين يركز النظام الاشتراكي على التخطيط المركزي والتطور المتناسق للاقتصاد، لحل الاختناقات والمشكلات، على حين يرى النظام الاقتصادي الإسلامي أنّ الإيفاء بتطبيق قانوني التسخير<sup>(\*)</sup> والاستخلاف<sup>(\*\*)</sup> يكفل عدم حدوث آية مشكلات .

### ثالثاً: علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى

ابتكر المفكرون والفلاسفة ورواد العلوم على مرّ التاريخ فروعاً معرفية عديدة، لغرض دراسة جوانب مختلفة من العالم الذي نعيش فيه، لذا يدرس كلاً قانون التسخير الذي يعني أن الله سبحانه وتعالى قد سخر كافة مخلوقاته على وجه الأرض للانسان ليستخدمها في إعمار الأرض والاستخلاف الذي يعني أن الله سبحانه وتعالى قد خلق الانسان لينفذ ما جاءت به الرسالات السماوية.

من هذه الفروع ويحلل جانباً مهماً ومؤثراً في حياتنا من منظور ذلك الفرع من المعرفة العلمية، ويصنف علم الاقتصاد ضمن مجموعة العلوم الاجتماعية التي تشمل: علم النفس والاجتماع والسياسة والاقتصاد، التي تعنى بسلوكيات الأفراد وكيفية إشباع حاجاتهم من السلع والخدمات في حدود ما هو متوافر لديهم من موارد نادرة.

## 1 - علم الاقتصاد وعلم الاجتماع

الاجتماع هو علم دراسة الظواهر الاجتماعية أو النظم الاجتماعية، فهو يدرس الإنسان في علاقته بالبيئة والمجتمع والثقافة، وعليه هو يُعنى بمعرفة الأسباب التي تدفع الناس إلى التصرف بالشكل الذي يختارونه، على حين يُعنى علم الاقتصاد بمعرفة كيفية تصرف الإنسان والآثار المترتبة على تصرفاتهم، لذا تبدو علاقة الاقتصاد بالاجتماع قوية لأنها قائمة على أساس التأثير المتبادل بينهما.

## 2 - علم الاقتصاد وعلم السياسة

تبحث العلوم السياسية في طبيعة السلطات العامة ووظائفها والعلاقات بينها وطرق الحكم المختلفة، ولهذا فهناك صلة وثيقة بين الأوضاع السياسية والاقتصادية في داخل الدولة الواحدة. فتقدم الحياة الاقتصادية في أية دولة رهن باستقرار الحكم وحسن القيادة والإدارة الحكومية، فضلاً عن أنّ تدخل الدولة في المجال الاقتصادي يتحقق على وفق المذهب السياسي الذي يتم الاتفاق عليه.

ومن ناحية أخرى نجد أنّ الأوضاع الاقتصادية تؤثر في الأوضاع السياسية، وتاريخ الدول والمجتمعات حافل بالأمثلة على ما يؤدي إليه سوء الحالة الاقتصادية من قيام الثورات وحدوث الاضطرابات السياسية، أو حتى فقدان الدولة استقلالها وسيادتها فوق إقليمها، وتزداد الصلة بين الاقتصاد والسياسة كلما تطورت الدولة واتسع نطاق تدخلها في مجالات النشاط الاقتصادي.

### 3 - علم الاقتصاد والقانون

القانون هو مجموعة القواعد التي تضبط العلاقات بين أفراد المجتمع، ومهمته تحقيق النظام والسلام والعدالة، فهو يرتبط بالاقتصاد من جهات عديدة، فعلاقات الملكية والعقود بحاجة الى القانون لكي تصبح سارية المفعول، فضلاً عن أنّ الموازنة العامة للدولة مثلاً، والتي تتضمن النفقات العامة والإيرادات العامة، لا بد أن تصدر بقانون وتُصوّت عليها السلطة التشريعية (مجلس النواب)، حتى تكتسب صفة القانون وتلزم السلطة التنفيذية (الحكومة) بتنفيذها.

### 4 - علم الاقتصاد وعلم النفس

علم النفس هو العلم الذي يدرس السلوك والعقل والتفكير والشخصية، لفهمها وتفسيرها والتنبؤ والتحكم بالسلوك الإنساني، على حين يحلل علم الاقتصاد السلوك النفسي للمستهلك في القيام باختياراته، ولاسيما تلك التي ترتبط بطلبه على السلع والخدمات المراد ترويجها أو تسويقها، لكن الاقتصاد لايعنى بالأحاسيس الداخلية كما يفعل علم النفس، بل يركز على السلوك الخارجي للأفراد ويبحث فيما وراء هذا السلوك من دوافع.

### 5 - علم الاقتصاد والرياضيات والإحصاء

شهد علم الاقتصاد تطوراً مهماً جعله أكثر ارتباطاً بالرياضيات والإحصاء، إذ أصبح التعبير عن العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية يتحول إلى صيغ رياضية، وزاد استخدام الأساليب الكمية في التحليل الاقتصادي الحديث، لتحديد اتجاهات العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية. ولذا أُدْخِلَ فرعٌ خاص في الاقتصاد يسمى (الاقتصاد الرياضي)، أما فرع العلم الذي يستعمل الإحصاء فيسمى (الاقتصاد القياسي)، وبفضل هذين الفرعين أمكن تحليل بيانات ومعلومات هائلة ودراستها، ومعرفة الكثير من النتائج والعلاقات التي تربط بين الظواهر الاقتصادية.



## 6 - علم الاقتصاد والتاريخ

دراسة التاريخ الاقتصادي أهمية كبيرة، ذلك أنها تُفسّر الظواهر الاقتصادية وتُقدّم السياسة الاقتصادية المناسبة في ضوء الخبرة التاريخية المكتسبة من تجارب سابقة، وتتطلب صياغة التوقعات بالنسبة إلى الظواهر الاقتصادية الرجوع إلى التجربة التاريخية، فالتنبؤ باحتمال حدوث أزمة اقتصادية في بلد ما، يتطلب التحليل التاريخي لسلوك المؤشرات الاقتصادية من أجل التنبؤ بمسارات الاقتصاد في المستقبل.

## 7 - علم الاقتصاد والجغرافية

الجغرافية هي علم دراسة المكان، ويقصد بالمكان الامتداد الذي تأخذه الظاهرة الجغرافية على سطح الأرض، وقد بدأت الجغرافية منذ منتصف القرن الثامن عشر تتقارب مع علم الاقتصاد، وظهرت الجغرافية التجارية بوصفها فرعاً من فروع الجغرافية التي تعنى بإنتاج السلع الرئيسية وتجارتها، ثم تطورت الجغرافية الاقتصادية التي تدرس العلاقة بين العوامل الطبيعية والظروف الاقتصادية ودراسة إنتاج الحرف والنشاط الاقتصادي، لتشمل الزراعة والصناعة والنقل والتجارة.

وقد شاع لدى أنصار الحتمية الجغرافية الاعتقاد بأن الظروف الطبيعية هي من تصوغ مجمل الحياة الاقتصادية والسياسية والثقافية، واعتقدوا أنّ أوضاع البلدان النامية هي نتاج لهذه الحتمية الجغرافية، فتخلّف هذه البلدان ومشكلاتها الاقتصادية نتاج ظروفها الطبيعية، وأن ارتفاع درجات الحرارة مثلاً يدفع الناس إلى المزيد من الكسل وعدم الرغبة في العمل.

## رابعاً: المشكلة الاقتصادية

لو قيل لسмир: إذا ما دخلت السوق فإنك تستطيع أن تأخذ ما تشاء من السلع فيه، فإنه سوف يأخذ من السلع جميع ما يستطيع حمله، لكننا لو قلنا



له: إنك تستطيع أن تأخذ من السوق ما تعادل قيمته (100000) دينار، فعندها سيقف سمير ليفكر في السلع التي يمكن أن يكتنيها، وسيختار ما هو أكثر أهمية بالنسبة إليه، والثابت أننا في الواقع لا نجد السلع متاحة من دون مقابل، ولا تتوافر لدينا النقود بسهولة، لذا نعيش في ظل ما يعرف في علم الاقتصاد باصطلاح (الندرة النسبية)، التي هي جوهر المشكلة الاقتصادية.

فالأشياء نادرة بمعنى أنها غير متاحة بصورة مجانية ومن دون جهد، في الوقت الذي تتعدى فيه رغباتنا في الأشياء ما متاح منها لنا، فكلنا يرغب في شراء أحدث موديلات الملابس وأكثر الموبايلات تقدماً، وأن نركب السيارات الفاخرة، وأن نستهلك الأطعمة الغالية، وأن نتطلع إلى السفر إلى بلدان عديدة، ولكن كل ذلك يحتاج إلى أموال ندفعها لغرض تحقيق ذلك، لهذا نقدم على استهلاك/ أو اقتناء ما نستطيع تحمل تكاليفه/ أو دفع مقابله.

إنّ الحاجات النادرة هي التي يكون لها مقابل، أي التي تتطلب ثمناً للحصول عليها، مثل الملابس والأطعمة، أما السلع الحرة أو غير النادرة، فإنها لا تتطلب ثمناً لها مثل الهواء وضوء الشمس، ويعد الثمن معياراً للندرة.

## ماهية المشكلة الاقتصادية

تعد الندرة المحور الرئيس لعلم الاقتصاد، ذلك أنّ الاقتصاد دراسة لكيفية تخصيص الموارد النادرة بين بدائل من الحاجات البشرية غير المحدودة، وندرة الموارد هي الأساس في ندرة كل ما يستعمله الناس من سلع وخدمات، وتمتاز ظاهرة الندرة بعدد من الخصائص هي:

- أنها ظاهرة نسبية فكثير من السلع - مثل النفط على سبيل المثال - ينتج بكميات كبيرة، إلا أنه يبقى سلعة نادرة، لأنّ الحاجة إليها تفوق ما ينتج منها، وكذا الحال للذهب والماس.
- أنها ظاهرة مستمرة لا يمكن التغلب عليها أو القضاء عليها بشكل نهائي.

- أنها تمثل علاقة بين متغيرين ، هما : الإنتاج والرغبات البشرية .
  - إنها لا تعني الفقر، لأنَّ الفقر هو عدم الحصول على الدخل المادي لإشباع الحاجات الإنسانية المهمة لحياة الإنسان .
  - أنَّ حدة المشكلة تختلف من مجتمع إلى آخر، فالمشكلة في الصومال مثلاً، تختلف عنها في بلدان الخليج وعنهما في البلدان أوروبا الغربية، إذ إنّ الظروف الطبيعية ونوعية النظم الاقتصادية السائدة تشارك في صياغة المشكلة وزيادة حدتها .
- وبسبب الندرة واجهت المجتمعات منذ أقدم العصور إلى الآن ثلاث مشاكل يمكن تحديدها في الآتي :

الأولى : ماذا تنتج من سلع؟

الثانية : كيف يتم إنتاجها؟ .

الثالثة : لِمَنْ تُنتج؟ .

إنَّ السؤال عن (ماذا تنتج؟) يشير إلى مقدار السلع والخدمات التي يجب إنتاجها، والسؤال الثاني (كيف يتم إنتاج السلع) أي ما هي الطريقة التي تنتج بها هذه السلع والخدمات، أما السؤال الثالث (لمن تنتج؟) فيتعلق بمسألة الاختيار، وعليه يمكن إجمال هذه المحددات بالآتي (ماذا، وكيف، ولمن) .

## خامساً : الحاجات الاقتصادية

يحتاج الإنسان إلى عدد كبير من السلع والخدمات لإشباع ما يشعر به من رغبات أو حاجات، لكن ينبغي أن نميز بين الرغبة والحاجة :

**فالرغبة:** شعور شخصي بالميل للحصول على شيء ما، تنشأ من وجود حاجة حقيقية إلى الشيء المطلوب أو من نزوة عابرة أو لحب التقليد والتجربة وما إلى ذلك.

أما الحاجة بمعناها الاقتصادي :

هي كل رغبة تجد ما يشبعها في مورد من الموارد الاقتصادية

والحاجة التي يقصدها الاقتصاديون لا ترتبط بالاعتبارات الأخلاقية أو الصحية أو القانونية أو الدينية، فكثير من السلع التي يرغب فيها الأفراد قد تكون محرمة شرعاً كالخمر أو مضرّة بالصحة كالسكائر أو محرمة شرعاً وقانوناً كالمخدرات، إلا أنّ كثيراً من الأفراد يشعرون بالرغبة فيها فهي تعد حاجات اقتصادية، لكن هذه الاعتبارات تؤثر في كيفية تلبية الحاجات، فالضوابط الأخلاقية والقانونية لها أثر مهم في إشباع الحاجات، فكثير من الحاجات لا تشبع لأنها تخالف الأحكام الأخلاقية أو القانونية أو الدينية .

ولكن لماذا تنشأ الحاجات؟ نقول: إن الحاجات تنشأ بسبب عوامل عدة، منها ما يرجع إلى طبيعة الإنسان الفطرية والفسولوجية، (وهي الحاجات التي تتعلق بالحفاظ على الجسم، بوصفه كياناً عضوياً حيوياً مثل (الحاجة إلى الغذاء والماء والأكسجين والدفء)، وقد تكون راجعة إلى عوامل مكتسبة من كونه عضواً في المجتمع .

تعد الحاجات الاقتصادية المحرك لكل نشاط اقتصادي، لأنّ الغرض النهائي من أي نشاط اقتصادي هو إشباع هذه الحاجات، وقد حدد الاقتصاديون مجموعة من السمات التي تجعل الحاجة اقتصادية هي :

- 1 - معرفة وسيلة إشباع تلك الحاجة، ولكن ليس من المهم أن تكون هذه الوسيلة متاحة، بل يكفي أن تكون معروفة، وأن يكون بمقدور الإنسان بما متاح له من وسائل أن ينتجها، فالشعور بالجوع يمكن أن يعالج بالغذاء وما يستطيع المجتمع إنتاجه منه في المستقبل .
- 2 - أن يكون لدى الإنسان الرغبة في استعمال هذه الوسيلة للتخفيف من الإحساس بالألم أو القضاء عليه .



3 - أن تكون وسيلة إشباع هذه الحاجة ذات طابع اقتصادي، أي إن الحصول على هذه الوسيلة سواء كانت سلعة أو خدمة، إنما يتم باستخدام موارد اقتصادية نادرة. فعلى الرغم من أن الحاجة إلى التنفس أساسية لحياة كل إنسان، إلا أن علم الاقتصاد لا يعنى بها، على حين يعد الهواء النقي حاجة اقتصادية، لأنه يتطلب السفر إلى الغابات والحدائق.

وتتأثر الحاجة بالإعلان وبالتطور التكنولوجي، ففي المجتمعات الحديثة للإعلانات أثر مهم في خلق الرغبة لدى الأفراد في كثير من السلع، مثل أجهزة الرشاقة وموديلات الأزياء وقصات الشعر، على حين نجحت الشركات التي تنتج سلعاً عالية التقنية، في خلق روابط متعددة بين السلع التي تنتجها كالحاسوب والهاتف النقال، وأوجدت رغبات متجددة في اقتنائها بل التنافس على اقتناء الأحدث منها.

### الاختيار وحل المشكلة الاقتصادية

يترتب على قيام المشكلة أن يشعر الإنسان في وجودها بحاجات ورغبات تضغط عليه لإشباعها، ومن ثم التفكير في أمر تدبير الموارد المادية والنقدية اللازمة لإشباعها، عن طريق بذله لجهود إنساني معين، يدخل في إطار ما يعرف باصطلاح (النشاط الاقتصادي).

ويؤدي ظهور الحاجة إلى خلق الطلب على الموارد الاقتصادية لإشباعها، وهو ما يفرض على الإنسان العمل والمشاركة في النشاط الاقتصادي، لكي يستطيع الحصول على هذه الموارد.

الندرة (Scarcity) هي من يعطي للمورد صفته الاقتصادية، والموارد النادرة هي موارد اقتصادية، أما الموارد غير النادرة فهي موارد غير اقتصادية، والسبب في ذلك يعود إلى أن للموارد الاقتصادية (سعر)، ينبغي دفعه مقابل الحصول عليها، مثل الأخشاب والمعادن والنفط وخدمات الطيب والملابس، في حين لا يتطلب الأمر دفع أي مبلغ لقاء الحصول على الهواء وأشعة الشمس، لهذا يتاح المورد



غير الاقتصادي مجاناً إلى جميع البشر، لهذا تسمى (موارد غير اقتصادية) سواء كانت موارد حرة أو سلع حرة.

إنَّ حل المشكلة الاقتصادية يتطلب القيام بعملية اختيار بين بدائل مختلفة، ومع تزامم الحاجات غير المحدودة على الموارد المحدودة، يتطلب ذلك التضحية ببعض الحاجات من أجل إشباع أكثرها أهمية بالنسبة إلى المجتمع، لذا على المجتمع أن يتخذ الوسائل المناسبة التي تضمن إشباع الحاجات الأكثر أهمية أولاً، ثم الأقل منها أهمية تالياً، وهذا ما يعبر عنه باصطلاح (الكفاءة الاقتصادية):

**الكفاءة الاقتصادية:** إشباع أكبر ما يمكن من الحاجات بأقل ما يمكن من الموارد.

## سادساً: الفعاليات الاقتصادية

إنَّ استمرار النشاط الاقتصادي لأفراد المجتمع في سعيهم لإشباع حاجاتهم، يتطلب إيجاد صيغ ملائمة للتعاون فيما بينهم، وتعزيز العلاقات بما يضمن لهم تحقيق أقصى إشباع لحاجاتهم. لذا على المجتمع أن يقوم بمجموعة من الفعاليات المتسلسلة، نسميها في علم الاقتصاد بالفعاليات الاقتصادية، وهي:

● الإنتاج: القيام بإنتاج السلع والخدمات باستخدام عوامل الإنتاج المتوفرة أو المتاحة.

● التبادل: القيام بتبادل السلع والخدمات التي أُنتِجت.

● التوزيع: توزيع العوائد الناتجة عن عملية الإنتاج والتبادل بين المشاركين فيها.

● الاستهلاك: القيام باستهلاك السلع والخدمات المنتجة لإشباع الحاجات.

## 1 : الإنتاج Production

**الإنتاج:** هو خلق المنفعة أو زيادتها، وهو النشاط الذي يكيف الموارد الاقتصادية المتاحة ويجعلها سلعاً وخدمات قابلة لاستهلاك الأفراد.

## 2 : التبادل Exchange

إن قيام أفراد المجتمع بالإنتاج يتطلب مبادلة إنتاجهم من السلع والخدمات، التي تفيض عن حاجتهم بما يحتاجونه من السلع والخدمات، وكان الإنسان قديماً يبادل السلع التي تفيض عن حاجته بسلع أخرى يحتاجها متوافرة عند الآخرين، وتسمى هذه العملية (المقايضة). ولكن بمرور الزمن تمكن الإنسان من تطوير أشياء تتوسط عملية المبادلة، ومن ثم أصبحت النقود التي كانت فيما مضى تتألف من الذهب والفضة، هي العملات التي تتداول في الأسواق، وسمحت للأفراد أن يشتروا السلع التي يحتاجونها في الوقت والمكان الذي يناسبهم.

**النقود: Money** أيّة وسيلة تحضى بالقبول العام ويمكن عن طريقها تبادل السلع والخدمات وسداد الدين. ولها أشكال متعددة بحسب درجة التطور التاريخي، إذ بدأت بالمنتجات الزراعية كالشعير في حضارة بابل والذهب والفضة وانتهت بالنقود الورقية.

## 3 : التوزيع Distribution

لما كان الإنتاج يؤدي إلى إيجاد سلع وخدمات جديدة، تطلب ذلك أن تتم عملية توزيعها على الذين شاركوا في الإنتاج، إذ إن الإنتاج يخلق دخولاً لهم. فالعمليتان مترابطتان - الإنتاج والتوزيع - وإن كان التوزيع يتوقف على حجم الإنتاج، أي على الكمية المتوافرة منه في مدة زمنية معينة.

**التوزيع: يعني توزيع عوائد الإنتاج على عناصر الإنتاج التي شاركت فيه.** [العمل ← الأجر]، [الأرض والموارد الطبيعية ← الربح]، [رأس المال ← الفائدة]، [التنظيم (المنظم) ← الربح].

إن عملية التوزيع تنطوي على مسائل فنية، مفادها: أن يحصل جميع المشاركين في الإنتاج على عائد هذه المشاركة بحسب حجمها وأهميتها لعملية الإنتاج، إلا أنه ينبغي أن يجري التوزيع بما يحفظ العدالة الاجتماعية وحماية الفئات التي لا تشارك أو التي تكون مشاركتها في عملية الإنتاج صغيرة.

**الأجور (Wages):** الأجر بالمعنى الاقتصادي: التعويض المدفوع للعامل الأجير، ثمناً لجهده الذي يستغله شخص (منتج) أو أشخاص آخرون (منتجون) في مدة زمنية معينة، فالرواتب التي يستلمها الموظفون في الدولة والأجور التي يحصل عليها العمال من أصحاب العمل هي صور الأجور الأكثر شيوعاً.

وتمتاز الأجور بأنها تتأثر بالمستوى العام للأسعار (التضخم<sup>(١)</sup> - Inflation)، لذلك ينبغي أن نميز الأجور الاسمية من الأجور الحقيقية.

**الأجور الاسمية - Nominal Wage:** وهي عدد الوحدات النقدية التي يحصل عليها العامل أو المشتغل خلال مدة زمنية (يوم - أسبوع - شهر).

**الأجور الحقيقية - Real Wage:** هي مقدار السلع والخدمات التي يستطيع العامل أو المشتغل بواسطة إنفاق أجره النقدي الحصول عليها، أو هو التعبير عن القوة الشرائية للأجر الاسمي.

**الربح (Rent):** يعد الإيجار وإيراد الملك المؤجر صورة من صور الربح، الذي له أشكال متعددة، من مثل ربح الأرض - ربح الموقع (قناة السويس)، ربح القدرة (فنانين - رياضيين)... الخ.

**الفائدة (Interest):** هي كمية النقود الإضافية التي يكون الشخص مستعداً

(١) التضخم: انخفاض القوة الشرائية للنقود.



لدفعها، من أجل حصوله على سلعة أو مورد معين الآن، بدلاً من المستقبل، ولما كان الأفراد في العادة يحصلون على سلع في وقت مبكر بواسطة اقتراضهم من طرف ثالث (شخص أو مؤسسة إقراضية)، بدلاً من دفع مبلغ كبير للبائع في تاريخ معين مستقبلاً، كان هناك ثمن لهذا الاقتراض.

مثال - 1: إذا اقترض سعيد من مصرف الرافدين مبلغ 10 ملايين دينار لشراء سيارة، وأعادها (10.800.000) دينار بعد مرور سنة، يكون البنك قد ربح (800.000) دينار مقدار الفائدة السنوية. وغالباً ما يعبر عن هذه العلاقة بسعر الفائدة (أو معدل الفائدة) كنسبة مئوية من أصل القرض، وفي مثالنا هذا يبلغ سعر الفائدة (8%)، وهنا تخلى المصرف عن الملايين العشر مقابل الوعد بأنها سترد إليه بعد مرور سنة، مقابل استعداد المقترض (سعيد) دفع الفائدة مع أصل المبلغ بحلول نهاية السنة، وهو أيضاً يرغب في الاستهلاك الحاضر باستعمال السيارة، بدلاً من الاستهلاك المستقبلي والانتظار لحين اكتمال المبلغ لديه.

**الأرباح Profits:** الربح هو العائد الصافي أو دخل المنظم، الذي ينجح في جعل تكاليفه الكلية أقل من إيراده الكلي. وقد عد الاقتصاديون الربح مكافأة للمخاطر التي تحيط برأس المال المستثمر، إذ هو نوع من أنواع التكاليف المعتاد تقديرها مقدماً، أما الربح كعائد فيختلف عن العوائد الأخرى (الأجور، والريع، والفائدة)، التي تعد مدفوعات تعاقدية، وأنها متحققة وموجبة في الأحوال الإنتاجية للمشروع كافة، على حين أنّ الربح يعد مدفوعاً متبقياً، وأنه من المحتمل أن يكون سالباً، وهذا يعني أنّ المالك يمكن أن يخسر بعض رأسماله.

#### 4: الاستهلاك Consumption

**الاستهلاك:** هو استعمال السلع والخدمات بقصد الإشباع المباشر لحاجات الإنسان.

وتنقسم المنتجات في علم الاقتصاد على أقسام عديدة تبعاً لطبيعتها أو طبيعة استعمالها:



فوفقاً لطبيعتها تقسم الى:-

أ - السلع **Goods**: يعد مفهوم السلعة من أوسع المصطلحات التي استعملها الاقتصاديون للأشياء التي يحتاجها الناس لإشباع حاجاتهم الأساسية، ذلك أن كلمة (سلع) تشير إلى جميع الأشياء (المادية) المفيدة، أي التي تحقق منفعة، مرغوب فيها من الأفراد. والسلع على نوعين: حرة، واقتصادية.

ب - الخدمات **Services** فهو يشير إلى الأشياء التي تتصف بالمنفعة والندرة وقابلية التحويل لكنها غير مادية وغير قابلة لل تخزين مثل الخدمات الطبية .

**ويمكن تقسيم المنتجات وفقاً لطبيعتها استخدامها الى:-**

أ - السلع الاستهلاكية والسلع الإنتاجية (الرأسمالية): هذا التقسيم يعتمد على طبيعة استخدام السلعة، فالسلع الاستهلاكية (**Consumer Goods**) هي السلع التي تشبع الحاجات الإنسانية بصفة مباشرة، من دون حاجة إلى عمليات تحويل تجري عليها مثل الخبز والملابس والأدوات المنزلية، وتشمل كذلك الخدمات، أما السلع الرأسمالية (**Capital Goods**) فهي السلع التي لا تصلح لإشباع الحاجات الإنسانية بطريقة مباشرة، غير أنها تساعد في إنتاج السلع والخدمات الاستهلاكية، وتشمل الأرض والمواد الأولية والآلات.

ب - السلع المعمرة والسلع غير المعمرة: السلع المعمرة (**Durable Goods**) هي التي يكتننها المستهلك للحصول على إشباع معين من دون استهلاكها دفعة واحدة، وإنما تُستهلك على مدى زمني طويل نسبياً، ومن أمثلتها السيارة والموبايل والملابس. أما السلع الاستهلاكية غير المعمرة (**Undurable Goods**) فهي السلع التي تستهلك دفعة واحدة مثل الأغذية والمشروبات الغازية.

ج - سلع الاستهلاك الفردي (**Individual Consumption Goods**) و سلع الاستهلاك الجماعي (**Collective Consumption Goods**): الأولى يستهلكها الأفراد كل بمفرده كالأغذية والملابس والخدمات الشخصية (مثل خدمة الطبيب)، وأنها تباع في السوق مقابل سعر معلوم لكل سلعة،

أما سلع الاستهلاك الجماعي (أو السلع العامة) التي يكون أغلبها على شكل خدمات، فهي التي يشترك جميع الأفراد في استهلاكها، مثل خدمات الأمن والقضاء والبلدية والطرق والجسور.

أما الامتناع عن الاستهلاك فيدعى (الادخار)، الذي يعني التضحية بجزء من الإشباع الذي كان من الممكن للفرد أو المجتمع أن يحصل عليه في الوقت الحاضر وتأجيله للمستقبل. وتتوقف القدرة على الادخار على حجم الدخل المتاح للتصرف، وعلى طبيعة الحاجات المطلوب إشباعها ومدى أهميتها للفرد.

## الأنشطة

يمكن للطلاب بتوجيه من المدرس/ أو المدرسة أن يختار واحداً من الأنشطة الآتية لكتابة ورقة بحثية:

النشاط الأول: أكتب ورقة عن أهمية الاقتصاد في الحياة المعاصرة.

النشاط الثاني: ازدياد الجائعين في العالم أهو تأكيد لوجود المشكلة الاقتصادية، أم هو شيء آخر؟

النشاط الثالث: إذا كان بلد ما يعاني من ندرة سلعة ما، فما السبيل لحل هذه المشكلة؟.

النشاط الرابع: يقال: إن الاقتصاد والسياسة طرفا مقص، لا يمكن لأحدهما أن يعمل بمعزل عن الآخر. ناقش هذه العبارة؟.

النشاط الخامس: قال الله في محكم كتابه الكريم (وأن تعدو نعمة الله لا تحصوها)، ما العلاقة بين هذه الآية والمشكلة الاقتصادية؟

## أسئلة للمراجعة

س1: عرف ما يأتي:

الموارد الاقتصادية - المشكلة الاقتصادية - الإنتاج - النقود - الاستهلاك

س2: علل ما يأتي:

1. يعد علم الاقتصاد من المعارف المهمة التي شهدت دراستها عنايةً كبيرة.

2. عني الاقتصاديون دائماً بالتفاعل بين السياسة والاقتصاد.

3. يعد أنصار الحتمية الجغرافية أن الظروف الطبيعية هي من تصوغ مجمل الحياة الاقتصادية.

4. أن حدة المشكلة الاقتصادية تختلف من مجتمع إلى آخر .  
5. من المحتمل أن يكون الربح سالباً .

س3: مَيِّز بين :

1. الأجر الاسمي والأجر الحقيقي .  
2. الحاجة والرغبة .

س4: اختر ما بين الأقواس ليناسب تكملة الجمل الآتية :

1. إن الامتناع عن الاستهلاك يدعى (الاستثمار، الادخار) .  
2. تقسم السلع على أساس طبيعة استعمالها إلى (سلع معمرة و سلع غير معمرة، سلع استهلاكية و سلع انتاجية) .

س5: صحح العبارات الآتية دون أن تغير ما تحته خط :

1. إن تعدد الحاجات وندرة الموارد هو ما يطلق عليه المشكلة السكانية.  
2. الأشخاص الذين يديرون نشاطاً اقتصادياً لحسابهم الخاص هم الأجراء.  
3. يعتمد النظام الاقتصادي الاسلامي على قانوني التسخير والتخطيط.

س6: اربط الفقرة A والفقرة B :

B	A
التبادل المباشر	الأجور
خدمات الأمن والخدمات البلدية	سلع الاستهلاك الجماعي
التعويض المدفوع للعامل الأجير	المقايضة



## Demand الطلب

- \* مفهوم وقانون الطلب
- \* جدول الطلب ومنحنى الطلب
- \* استثناءات قانون الطلب
- \* العوامل المؤثرة في الطلب (محددات الطلب)
- \* التغير في الكمية المطلوبة والتغير في الطلب





يتناول هذا الفصل تحليل أبرز المفاهيم الخاصة بنظرية الطلب وبيّن آليّة عمله في الأسواق المختلفة، ابتداءً بمفاهيم ومنحنيات الطلب ومرونته .

ويرمي هذا الفصل إلى تزويد الطالب بالأدوات التي تمكنه من تفسير التحولات والتغيرات الديناميكية المستمرة في أسعار السلع والخدمات في أسواقها المختلفة .

## أولاً: مفهوم وقانون الطلب

### 1 - مفهوم الطلب Demand Concept

**الطلب بالمعنى الاقتصادي:** الرغبة المدعّمة / أو المقترنة بالمقدرة الشرائية التي تُمكنُ المستهلكين من الحصول على الكميات المختلفة من السلع والخدمات عند مستويات الأسعار السائدة خلال مدة زمنية معينة.

ويلاحظ من تعريف الطلب أن مجرد الرغبة فقط في الحصول على سلعة

أو خدمة من وجهة نظر الاقتصاديين لا تحقق الطلب، وتبقى الرغبة أمنيةً فحسب، لعدم تأثيرها في حجم مبيعات السوق، فهي طلب غير فعلي، إلا أن الرغبة المدعومة بالمقدرة الشرائية للحصول على السلع والخدمات، أي الرغبة مع الاستعداد أو القبول بدفع الثمن المقابل لها يمثل طلباً فعلياً على السلع والخدمات، والطلب بهذا المعنى هو الذي يؤثر في حجم المبيعات في أسواق السلع والخدمات المختلفة إذا ما اقترن بهيكل معطى للأسعار في فترة زمنية محددة، فعلى سبيل المثال عندما تسأل شخص معين عن رغبته في شراء منزل أو سيارة أو أية سلعة أخرى، فإنه سيجيب بأنه يرغب فيها جميعاً، ولكنه في الحقيقة لا يستطيع شراء كل هذه الأشياء، من دون أن يملك المقدرة المالية الكافية لتحقيق ذلك.

## 2 - قانون الطلب Demand Law

يعنى قانون الطلب بتفسير العلاقة الوثيقة بين أثمان السلع والخدمات والكميات المطلوبة منها، وهذه العلاقة هي جوهر قانون الطلب، الذي ينص على أنه:

قانون الطلب: تزداد الكميات المطلوبة من سلعة أو خدمة ما، كلما انخفض سعرها والعكس صحيح، بافتراض بقاء العوامل المؤثرة في الطلب ثابتة.

ويعكس قانون الطلب حقيقة أن انخفاض ثمن سلعة أو خدمة معينة في السوق، سيؤدي إلى دخول مشتريين محتملين جدد، لم يكونوا قادرين على شراء تلك السلعة أو الخدمة قبل انخفاض ثمنها، ويحدث العكس في حال ارتفاع ثمن السلعة أو الخدمة، بافتراض بقاء العوامل الأخرى المؤثرة في الطلب على حالها، ولقد أُخْتَبِرَ هذا القانون بصورة عملية وتم التحقق من نتائجه، الأمر الذي يدعو إلى الاعتقاد بصحته وانطباقه على جميع السلع تقريباً مع بعض الاستثناءات التي سترد الإشارة إليها لاحقاً.

ومن المفيد الإشارة إلى أن فرضية بقاء العوامل الأخرى على حالها،



يقصد منه بيان أثر السعر على الكميات المطلوبة فقط ، مع استبعاد أثر العوامل الأخرى المؤثرة في الطلب، وهكذا يمكن متابعة أثر كل عامل من العوامل الأخرى المؤثرة في الكمية المطلوبة بالمنطق نفسه، أي مع فرض بقاء العوامل الأخرى ثابتة، ومتابعة أثر تغير العامل المطلوب في الكمية المطلوبة، إذ إن السعر هو احد العوامل المؤثرة في الطلب إلى جانب عوامل أخرى كثيرة سترد الإشارة إليها لاحقاً.

## ثانياً: جدول الطلب ومنحنى الطلب

### 1 - جدول الطلب Demand Schedule

يعد جدول الطلب تطبيقاً أو تمثيلاً رقمياً لقانون الطلب، وهو يوضح العلاقة العكسية بين السعر والكمية المطلوبة، ويعرف جدول الطلب بأنه:

**جدول الطلب:** هو البيان الذي يظهر الكميات المختلفة من سلعة أو خدمة معينة، والتي يكون المستهلكون راغبين وقادرين على شرائها، عند مستويات أسعار مختلفة في زمان ومكان محددين، مع افتراض بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

إن جدول الطلب يعكس سلوك الكميات المختلفة المطلوبة من سلعة أو خدمة معينة بإزاء تغير ثمنها، بمعنى أن تغير الكميات المختلفة من سلعة أو خدمة، يحدث بدلالة تغير سعر هذه السلعة أو الخدمة، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة البسيطة الآتية:

$$qD = F(p)$$

إذ إن:

$qD$ : الكمية المطلوبة من السلعة أو الخدمة.

$p$ : سعر السلعة أو الخدمة.

$F$ : العلاقة الدالية بين السعر والكمية.

وفيما يأتي جدول افتراضي يوضح العلاقة بين الكميات المختلفة من سلعة معينة، والتي يكون المستهلكون على استعداد لشراؤها عند المستويات المختلفة للسعر، في مدة شهر.

### جدول - 1

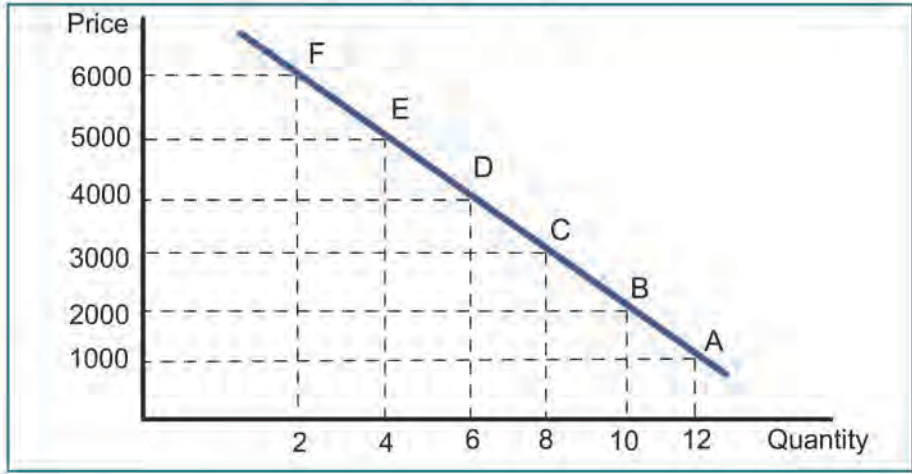
العلاقة بين سعر سلعة معينة والكميات المطلوبة منها في شهر

الاحداثيات	سعر السلعة (دينار)	الكمية المطلوبة من السلعة (كغم)
A	1000	12
B	2000	10
C	3000	8
D	4000	6
E	5000	4
F	6000	2

### 2 - منحنى الطلب Demand Curve

يعد منحنى الطلب التعبير البياني لجدول الطلب، إذ يمكن لنا تمثيل الكميات المطلوبة من سلعة معينة على المحور الأفقي والأسعار على المحور الرأسي، وبرسم الإحداثيات لكل زوج رقمي للكمية والسعر المقابل لهما، نحصل على منحنى يعبر عن العلاقة العكسية بين السعر والكمية المطلوبة، وهذه العلاقة العكسية هي في واقع الحال تعبير عن قانون (الطلب)، إذ نلاحظ أن منحنى الطلب (D D) ينحدر من أعلى اليسار الى أسفل اليمين، وكما هو موضح في الشكل (1):

شكل (1) منحنى الطلب



وهنا يبرز السؤال المهم؟ لماذا تميل الكميات المطلوبة من سلعة معينة إلى الانخفاض في حال ارتفاع أسعارها؟، أو بتعبير آخر، بِمَ يُفسَّر الانحدار السالب لمنحنى الطلب؟. وللإجابة عن هذا نشير إلى سببين رئيسيين وهما:

#### أ - أثر الدخل Income Effect

يظهر أثر الدخل عندما يرتفع سعر سلعة معينة مع افتراض ثبات دخل المستهلك، إذ يصبح المستهلك أقل قدرة على شراء الكمية السابقة نفسها، ويحدث العكس في حال انخفاض سعر السلعة نفسها، إذ يستطيع المستهلك شراء كمية أكبر من ذي قبل، إذ يلاحظ انخفاض قدرته على الشراء في الحالة الأولى وزيادتها في الحالة الثانية، وهذا ما يعرف بأثر الدخل.

#### ب - أثر الإحلال Substitute Effect

عندما يرتفع سعر سلعة معينة ومع فرض ثبات أسعار السلع البديلة لها، سيتحول المستهلك إلى استهلاك السلع البديلة للتعويض عن السلعة التي ارتفع ثمنها، فعلى سبيل المثال، سيتحول المستهلك عن استهلاك اللحوم الحمراء في حال ارتفاع ثمنها، إلى لحوم الدجاج في حال بقاء أسعارها على حالها، لأنها تشكل بدائل مناسبة للحوم الحمراء، وهذا التحول هو ما يعرف بأثر الإحلال.



## ثالثاً : استثناءات قانون الطلب

لا تقتصر الاستثناءات على القوانين الاقتصادية كقانون الطلب وحسب، وإنما تشمل القوانين الطبيعية، فالانحدار السالب لمنحنى الطلب قد يتحول وفي ظروف معينة إلى انحدار موجب، مشكلاً بذلك استثناء عن القاعدة العامة المعروفة، ويبرز بهذا الصدد استثناءان أساسيان لقانون الطلب، فضلاً عن الاستثناءات الأخرى (\*) وهما:

أ - سلع الأغنياء أو ما يعرف بالاستهلاك الترفي أو المظهري: وقد اقترن هذا الاستثناء باسم الاقتصادي الأمريكي فبلن (Thorstain Veblen)، صاحب المبدأ المعروف بالاستهلاك المظهري، إذ يميل الأغنياء مدفوعين بحب الظهور والتفاخر والتميز بين أفراد المجتمع بزيادة الطلب على هذا النوع من السلع، ويزداد هذا الطلب كلما ارتفعت أسعار هذه السلع استثناء من القاعدة العامة لقانون الطلب مثل اللوحات الفنية النادرة والمجوهرات الثمينة..

ب - سلع الفقراء (سلع جيفن): يقترن هذا الاستثناء باسم الاقتصادي روبرت جيفن (Robert Giffen)، إذ يشير إلى أن زيادة أسعار الخبز مثلاً تدفع الفقراء إلى زيادة طلبهم منه، إذ يجدون أنفسهم مضطرين إلى زيادة الإنفاق النقدي عليه، بسبب انخفاض قدرتهم الشرائية عن الحال الذي كانوا عليه قبل ارتفاع أسعار الخبز من جهة، وللتعويض عن السلع الأخرى التي كانت في متناول أيديهم من جهة أخرى، ولذا يشترون خبزاً أكثر عندما ترتفع أسعاره.

(\*) يمكن الإشارة إلى استثناءات أخرى مثل المضاربة بالعقارات، فعندما ترتفع أسعارها يسارع الناس إلى الشراء مدفوعين بالخوف من تزايد أسعارها مستقبلاً والعكس صحيح، ويصدق الحال كذلك على ما يعرف بدليل الجودة، إذ يعتقد بعض الناس أن ارتفاع السعر يعني جودة السلع، وقد يكون هذا الاعتقاد خاطئاً في بعض الأحيان.

## رابعاً: العوامل المؤثرة في الطلب (محددات الطلب)

يتأثر طلب المستهلك بمجموعة من العوامل والتي يتفاوت تأثيرها من عامل إلى آخر، وتتمثل هذه العوامل بـ ((سعر السلعة - والدخل - وأسعار السلع الأخرى - وأذواق المستهلكين - وتوقعاتهم - وحجم السوق (عدد المستهلكين))، وتشكل بمجموعها ما يعرف بدالة طلب المستهلك، والتي يمكن التعبير عنها بالمعادلة البسيطة الآتية:

$$D = F(P, Y, G, T, E, M)$$

إذ أن:

D: الطلب على سلعة معينة.

P: السعر.

Y: الدخل.

G: أسعار السلع الأخرى.

T: ذوق المستهلك.

E: توقعات المستهلك.

M: حجم السوق (عدد المستهلكين).

وفي ما يأتي شرح مبسط لكل عامل من هذه العوامل:

### 1 - سعر السلعة

يرتبط السعر بالطلب على سلعة معينة بعلاقة عكسية، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها، فزيادة سعر سلعة معينة يؤدي إلى انخفاض الكمية المطلوبة منها والعكس صحيح.

### 2 - دخل المستهلك

إن العلاقة التي تربط دخل المستهلك بالكمية المطلوبة من سلعة معينة هي علاقة طردية، أي كلما زاد مقدار دخل الفرد زادت الكمية المطلوبة من السلعة

والعكس صحيح، هذا على فرض بقاء العوامل الأخرى على حالها، فزيادة دخول الأفراد تزيد من ميلهم لشراء المزيد من السلع ويشمل ذلك جميع السلع تقريباً.

### 3 - أسعار السلع الأخرى (البديلة والمكملة)

تؤثر أسعار السلع الأخرى، أي البديلة والمكملة في حجم الطلب على سلعة معينة، ونعني بالسلع البديلة تلك التي يمكن أن يحلَّ بعضها محل بعضها الآخر أو أنها تؤدي الغرض نفسه، كالشاي والقهوة والمشروبات الغازية أو أقلام الحبر والجاف، أما السلع المكملة فهي تلك التي يكمل بعضها الآخر، أي لا يمكن استهلاك السلعة من دون الأخرى، مثل (السكر والشاي) أو (السيارة والبنزين)، ففي حال السلع البديلة يؤدي انخفاض سعر السلعة البديلة إلى زيادة الطلب عليها وبالتالي انخفاض الطلب على السلعة الأساسية أو الأصلية، والعكس صحيح، أما السلعة المكملة فإن ارتفاع أسعارها يؤدي إلى انخفاض الطلب عليها وعلى السلعة المكملة لها.

### 4 - أذواق المستهلكين

تعد الأذواق من قبيل العناصر الذاتية أو الشخصية، والتي تتشكل نتيجة لمجموعة متنوعة من المؤثرات الثقافية والتاريخية، والتي تعكس بدورها الاحتياجات السيكولوجية والفسولوجية لأفراد المجتمع، وتترك تأثيراً واضحاً في الطلب، إذ ترتبط الأذواق بعلاقة طردية مع الكميات المطلوبة من سلعة معينة، أي كلما زاد تفضيل المستهلكين لسلعة معينة زادت الكميات المطلوبة منها، وتتأثر أذواق المستهلكين أيضاً بالدعاية والإعلان والعادات والتقاليد والتقدم التكنولوجي الذي ينقل احتياجات الأفراد من مستوى إلى آخر، أي يوسع خيارات الأفراد بأن يضع تحت تصرفهم إما سلع وخدمات جديدة، أو أنه يطور المتاح منها.

### 5 - توقعات المستهلكين

لتوقعات الأفراد متشائمة كانت أو متفائلة أثر مهم للتأثير في الطلب على



سلعة معينة، فالتوقعات المتشائمة حول ارتفاع أسعار سلعة معينة، ستدفع بالأفراد إلى زيادة الطلب عليها تحوطاً للمستقبل ولاسيما في ظروف الأزمات الاقتصادية، وفي حال التوقعات المتفائلة قد ينخفض الطلب على بعض السلع، أملاً بمزيد من الانخفاض في أسعارها مستقبلاً.

## 6 - حجم السوق (عدد المستهلكين)

يؤثر حجم السوق - مقاساً بعدد المستهلكين أو حجم السكان - في حجم الطلب على السلع والخدمات، إذ كلما ازداد عدد المستهلكين ازداد الطلب على السلع والخدمات والعكس صحيح.

## خامساً: التغيير في الكمية المطلوبة والتغيير في الطلب

### 1 - التغيير في الكمية المطلوبة

يقصد بالتغيير في الكمية المطلوبة الانتقال على منحنى الطلب نفسه من نقطة الى أخرى، أعلى أو أدنى كنتيجة للتغيير الذي يحدث في السعر. إن التغيير أو الانتقال في الكمية المطلوبة والذي يشير إلى قانون الطلب، يحدث على منحنى الطلب نفسه، عبر الإحداثيات التي تمثل كل زوج رقمي للكمية المطلوبة والسعر، (ينظر الشكل 1)، فعند مستوى السعر (1000) دينار تكون الكمية المطلوبة (12) كغم، والتي تمثل إحداثيات النقطة (A)، وهكذا يتبع التغيير في الكمية المطلوبة التغيير في السعر ليتم الانتقال إلى نقاط جديدة أخرى، من مثل (B, C, D) وعلى منحنى الطلب نفسه، وهذا التغيير أو الانتقال هو ما يعرف بالتغيير في الكمية المطلوبة.

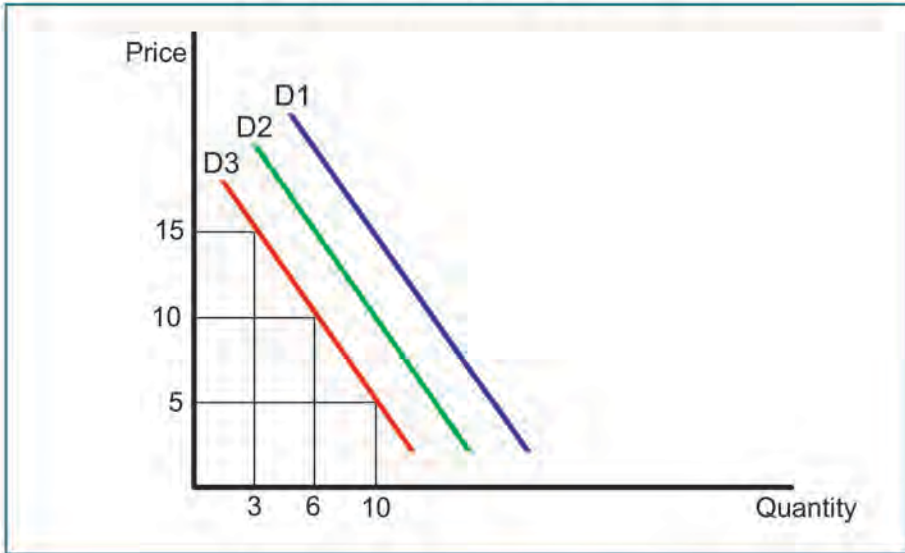
### 2 - التغيير في الطلب

يعني التغيير في الطلب الانتقال إلى نقطة على منحنى طلب أعلى أو أدنى من منحنى الطلب الأصلي، نتيجة تغيير واحد أو أكثر من العوامل غير السعرية المؤثرة في الطلب.

ويعني آخر سيؤدي أي تغير في العوامل غير السعرية المؤثرة في الطلب، من مثل الدخل أو أذواق المستهلكين أو ببقية العوامل الأخرى، إلى تغير منحني الطلب، فارتفاع الدخل مثلاً سينقل منحني الطلب إلى مستوى أعلى من منحني الطلب السابق والعكس صحيح، وما ينطبق على الدخل ينطبق تماماً على بقية العوامل الأخرى، وكما هو موضح في الشكل (2):

شكل (2)

انتقال منحني الطلب كنتيجة لتغير الدخل



### الطلب الفردي، وطلب السوق

إن المستهلكين الأفراد لسلعة معينة، قد يتصرفون بطريقة يختلف فيها بعضهم عن بعضهم تجاه تغيرات سعر (ثمن) السلعة، فبعضهم قد يشتري كميات أكبر في حال انخفاض ثمنها، وبعضهم الآخر قد لا يزيد الكمية التي يستهلكها، إلا إذا انخفض الثمن بنسبة كبيرة، وأحياناً قد يتمثل تصرف بعضهم مع بعضهم الآخر مصادفة، إلا أنه يمكن تأكيد أن الاتجاه العام لتصرف المستهلكين، هو الإقبال على شراء كمية أكبر من السلعة كلما انخفض ثمنها

والعكس صحيح، فلكل مستهلك ظروف تحكم طلبه على سلعة معينة، وهذا هو ما نعينه حصراً بالطلب الفردي .

### طلب السوق :

**طلب السوق:** هو الجمع الأفقي لمجموع ما يطلبه الأفراد، أو هو مجموع ما يطلبه كل المستهلكين لسلعه معينة في هذا السوق وبالأسعار المتاحة.

ولمزيد من التوضيح نفترض أن هناك ثلاثة مستهلكين فقط، وأن طلبهم يشكل طلب السوق الكلي، وكما هو موضح في الجدول الآتي :

#### جدول (2)

الطلب الفردي وطلب السوق على سلعة معينة

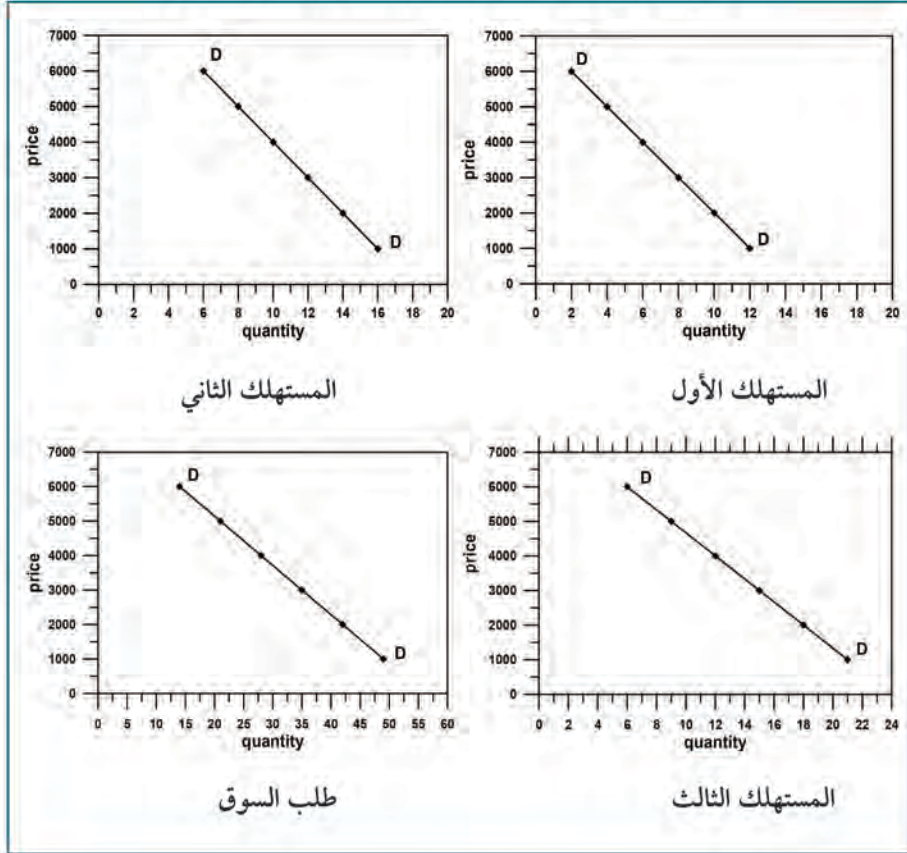
طلب السوق الاول + الثاني + الثالث	طلب المستهلك الثالث	طلب المستهلك الثاني	طلب المستهلك الاول	سعر السلعة (بالدينار)
49	21	16	12	1000
42	18	14	10	2000
35	15	12	8	3000
28	12	10	6	4000
21	9	8	4	5000
14	6	6	2	6000

وفيما يأتي التمثيل البياني لجدول الطلب الفردي وطلب السوق .



### شكل (3)

التمثيل البياني لمنحنيات الطلب الفردي وطلب السوق



### مرونة الطلب Elasticity of Demand

**مرونة الطلب:** درجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة أو خدمة معينة، للتغير الحاصل في واحد من العوامل المؤثرة في الطلب، مع فرض بقاء العوامل الأخرى على حالها.

والمرونة بهذا المعنى تعني متابعة تأثير العامل المطلوب دراسته في الكمية المطلوبة، وفي علم الاقتصاد توجد أنواع مختلفة لمرونة الطلب منها:

## أولاً: مرونة الطلب السعرية The elasticity price of demand

وتُعرف:

هي درجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة أو خدمة معينة كنتيجة للتغير الحاصل في السعر لتلك السلعة أو الخدمة.

أو هي:

**مرونة الطلب السعرية:** التغير النسبي في الكمية المطلوبة من سلعة أو خدمة معينة مقسوم على التغير النسبي في سعرها.

ويمكن حساب درجة المرونة السعرية باستعمال الصيغة الآتية:

$$E^d = \Delta q/q_1 \div \Delta p/p_1$$

إذ إن:

المرونة السعرية =  $E^d$

الكمية =  $q$       التغير في الكمية =  $\Delta q$

السعر =  $p$       التغير في السعر =  $\Delta p$

وتتباين المرونات السعرية تبايناً شديداً أو تزداد حساسيتها للتغيرات السعرية، فعندما ترتفع المرونة السعرية لسلعة ما، نقول إنها ذات طلب مرن، أي إن التغير في الكمية المطلوبة منها يكون بدرجة أكبر من تغير سعرها، أما إذا كانت المرونة السعرية منخفضة يكون الطلب على السلعة غير مرن، أي إن التغير في الكمية المطلوبة يكون بدرجة أقل من تغير السعر.

ويلاحظ عموماً أن الطلب على السلع والخدمات المهمة كالطعام والأدوية والكهرباء غير مرن، لأنها تشكل عماد الحياة اليومية ولا يمكن الاستغناء عنها، أما سلع الرفاهية كالملابس المستوردة والسفريات السياحية مثلاً، أو تلك السلع

التي تتوافر لها بدائل عديدة، فإنها تمتاز بمرونة طلب عالية. ويمكن تقسيم درجات المرونة السعرية للطلب على الحالات الآتية :

- 1 - طلب مرن
- 2 - طلب غير مرن
- 3 - طلب متكافئ المرونة
- 4 - طلب عديم المرونة
- 5 - طلب لا نهائي المرونة

وستعرض للطلاب أكثر الحالات استعمالاً وتتركّ الحالات الأخرى إلى المستويات الدراسية المتخصصة.

### 1 - طلب مرن

وهي الحالة التي يكون فيها التغير النسبي في الكمية المطلوبة أكبر من التغير النسبي في السعر، وتكون درجة المرونة السعرية أكبر من الواحد.

مثال 2: من المعطيات الآتية، أوجد - موضحاً بالرسم - درجة المرونة السعرية للطلب.

الكمية المطلوبة (بالكغم)	السعر (بالدينار)
10	5
6	6

الحل :

$$E^d = \Delta q/q_1 \div \Delta p/p_1$$

$$E^d = q_2 - q_1/q_1 \div p_2 - p_1/p_1$$

$$E^d = 6 - 10/10 \div 6 - 5/5$$

$$E^d = \frac{-4}{10} \div \frac{1}{5}$$

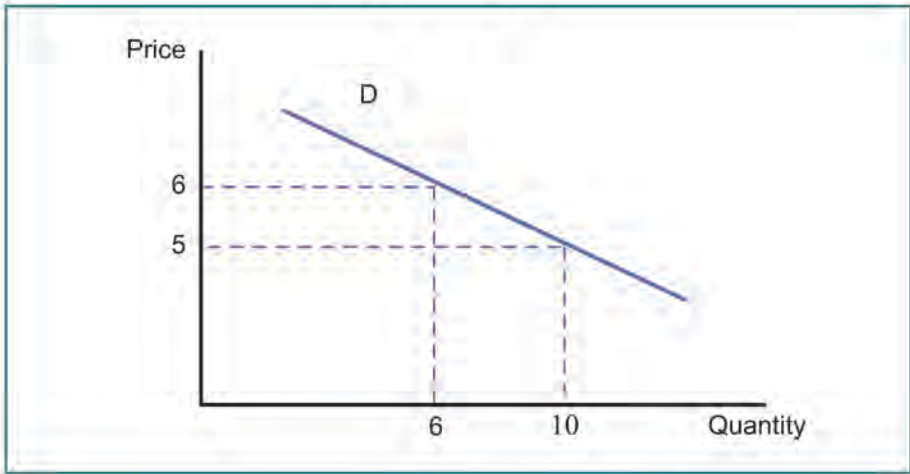
$$E^d = \frac{-4}{10} \times \frac{5}{1}$$

$$E^d = \frac{-4}{2} = -2 = |2|$$



وبإهمال الإشارة التي تمثل العلاقة العكسية بين السعر والكمية (تعبير عن قانون الطلب)، يلاحظ أن درجة المرونة السعرية للطلب هي أكبر من الواحد، مما يعني أن الطلب على هذا النوع من السلع هو طلب مرن، وكما هو موضح في الشكل (4):

شكل (4)  
منحنى طلب مرن



## 2 - طلب غير مرن

وهي الحالة التي يكون فيها التغير النسبي في الكمية المطلوبة أقل من التغير النسبي في السعر، وتكون درجة المرونة السعرية أقل من الواحد.

مثال 3: من المعطيات الآتية، أوجد درجة المرونة السعرية للطلب مع

الرسم.

السعر (بالدينار)	الكمية المطلوبة (بالكغم)
5	10
7	8

الحل :

$$E^d = \Delta q/q_1 \div \Delta p/p_1$$

$$= \Delta q/q_1 \times p_1/\Delta p$$

$$E^d = q_2 - q_1/q_1 \div p_2 - p_1/p_1$$

$$E^d = 8 - 10/10 \div 7 - 5/5$$

$$E^d = \frac{-2}{10} \div \frac{2}{5}$$

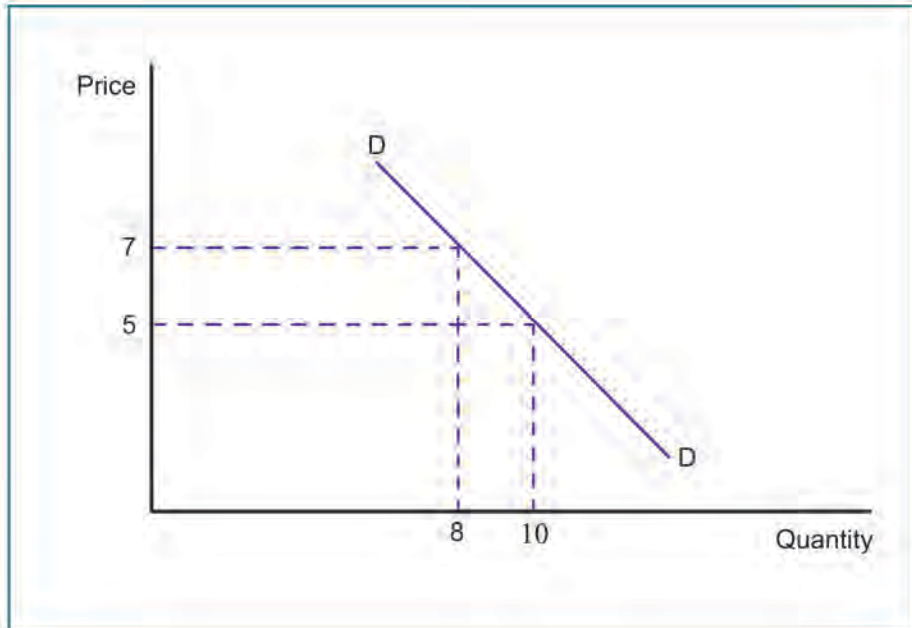
$$E^d = \frac{-2}{10} \times \frac{5}{2}$$

$$E^d = -0.5 = |-0.5| = 0.5$$

ويهامل الإشارة، نلاحظ أن درجة المرونة السعرية هي أقل من الواحد، مما يعني أن الطلب على هذا النوع من السلع غير مرن، وكما هو موضح في الشكل (5):

شكل (5)

منحنى طلب غير مرن



## العوامل المؤثرة في مرونة الطلب السعرية

إن الاختلاف أو التباين في درجة مرونة الطلب السعرية من سلعة إلى أخرى، يعود إلى عوامل عدة، ومن بين أهم هذه العوامل نشير إلى ما يأتي:

### 1 - أهمية السلعة أو الخدمة

تتأثر مرونة الطلب السعرية بدرجة أهمية السلعة أو الخدمة بالنسبة إلى المستهلك، فالطلب على الدواء والغذاء والكهرباء والماء تحتل أهمية قصوى في حياة المستهلك، ولهذا السبب تكون مرونتها السعرية منخفضة جداً، على عكس السلع الأخرى كتلك التي تتوافر لها بدائل عديدة، أو تعد من قبيل السلع الكمالية، والتي يمتاز استهلاكها بإمكانية التأجيل أو الإلغاء، فإن مرونتها السعرية تكون عالية.

### 2 - دخل المستهلك

كلما ازداد دخل المستهلك الغني قل إحساسه بعبئ التضحية بالوحدات النقدية التي يدفعها كثمن للسلعة التي يشتريها، ولذا تمتاز المرونة السعرية لطلب ذوي الدخل العالية بكونها أقل مما هي عليه الحال بالنسبة إلى ذوي الدخل الواطئة أو الفقراء، فالسيارة مثلاً تعد سلعة مهمة للغني، لكنها ليست كذلك بالنسبة للفقير.

### 3 - نسبة ما يتفق على السلعة من دخل المستهلك

عندما يشكل الإنفاق على سلعة معينة نسبة ضئيلة من دخل المستهلك، ستكون مرونتها السعرية منخفضة، كمرونة الطلب على الصحف اليومية مثلاً، ويحدث العكس في حال كان الإنفاق على سلعة، يشكل نسبة كبيرة من الدخل، فإن مرونتها السعرية ستكون عالية كالطلب على السلع المعمرة، مثل الثلاجة والتلفزيون والسيارة.



#### 4 - وجود بدائل للسلعة

كلما توفرت بدائل عديدة للسلعة كلما ارتفعت مرونتها السعرية، وكلما قلت البدائل المتاحة أو انعدمت انخفضت مرونتها السعرية بشكل كبير، كالمرونة السعرية للملح.

#### 5 - درجة تكامل السلعة مع غيرها من السلع

كلما كانت السلعة تكمل سلعة أخرى في الاستهلاك، (البنزين مع السيارة - السكر مع الشاي)، وازدادت درجة تكامل السلعة مع السلع الأخرى، كانت المرونة السعرية لهذا النوع من السلع منخفضة.

#### 6 - طول الفترة الزمنية

ترتبط درجة المرونة السعرية في أغلب الأحيان بالعادة الاستهلاكية للمستهلك الفرد، فكلما طال الفترة الزمنية، أمكن تعديل بعض هذه العادات، ومن ثم ستكون العلاقة بين طول المدة الزمنية ودرجة المرونة السعرية علاقة طردية في الغالب.

### ثانياً: مرونة الطلب الدخلية Income elasticity of demand

تعرف مرونة الطلب الدخلية:

**مرونة الطلب الدخلية:** درجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة أو خدمة معينة نتيجة للتغير في دخل المستهلك.

ويمكن حساب درجة المرونة الدخلية

**حساب مرونة الطلب الدخلية:** هي التغير النسبي في الكمية المطلوبة من سلعة معينة مقسوم على التغير النسبي في الدخل.

وباستعمال الصيغة الآتية :

$$E^y = q_2 - q_1 / q_1 \div Y_2 - Y_1 / Y_1$$

$$E^y = \Delta q / q_1 \times Y_1 / \Delta Y$$

إذ إن :

$E^y$  : المرونة الدخلية

$q$  : الكمية

$Y$  : الدخل

وتختلف درجات المرونة الدخلية بحسب نوع السلع أو الخدمات المطلوبة، فالمرونة الدخلية العالية تشير إلى السلع الكمالية أو سلع الرفاهية، إذ إن الطلب عليها يتأثر كثيراً بالدخل، أما المرونة الدخلية المنخفضة أو التي تقترب من الصفر فتشير إلى السلع الرديئة، أما السلع المهمة فتقترب درجة المرونة الدخلية لها من الواحد الصحيح.

### ثالثاً: مرونة الطلب المتقاطعة Cross elasticity of demand

تعرف مرونة الطلب المتقاطعة :

**مرونة الطلب المتقاطعة:** هي درجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة أو خدمة معينة إلى التغير الحاصل في ثمن سلعة أخرى قد تكون بديلة أو مكملة.

أي هو التغير في كمية السلعة (X) بالنسبة إلى التغير في سعر السلعة (Y)، ويمكن حساب درجة المرونة المتقاطعة باستعمال الصيغة الآتية :

$$E_{xy} = \frac{\frac{\Delta q_x}{q_x}}{\frac{\Delta p_y}{p_y}} = \frac{\Delta q_x}{\Delta p_y} \times \frac{p_y}{q_x}$$

إذ إن :

$E_{xy}$  : مرونة الطلب المتقاطعة

$\Delta q_x$  : التغير في كمية السلعة (X)

$q_x$  : كمية السلعة (X)

$\Delta p_y$  : التغير في سعر السلعة (Y)

$p_y$  : سعر السلعة (Y)



## الأنشطة

- يمكن للطالب ويشرف من المدرس/ أو المدرسة أن يختار واحدا من الأنشطة الآتية لكتابة ورقة بحثية:
- النشاط الأول: ضع جدولاً افتراضياً للطلب على القمصان، عند مختلف الأسعار، وعزز ذلك بالرسم البياني.
- النشاط الثاني: قدم من الواقع نماذج من السلع البديلة والمكملة.
- النشاط الثالث: تتوافر في الحياة العملية نماذج كثيرة عن السلع الأساسية والكمالية، رتب ذلك في جدول.
- النشاط الرابع: في ضوء دراستك لمرونة الطلب السعرية، قدم مثلاً واحداً عن كل حالة من حالات المرونة.

## أسئلة للمراجعة

- س1: كيف يفسر الانحدار السالب لمنحنى الطلب، وظهور العلامة السالبة على مرونة الطلب السعرية.
- س2: ماذا نعني بالآتي: السلعة الرديئة - السلع المكملة - السلع البديلة - سلعة جيفن.
- س3: لماذا نشترط في قانون الطلب - بقاء الأشياء الأخرى على حالها.
- س4: كيف يكون نوع الطلب على السلع الآتية:
- 1 - الدقيق 2 - البنزين 3 - السمك 4 - الطماسة 5 - الأدوية
- س5: ما العلاقة بين المرونة والعوامل المؤثرة فيها، استشهد بحالة واحدة.

## الفصل الثالث

### العرض (Supply)

- \* مفهوم العرض
- \* قانون العرض
- \* جدول العرض
- \* منحنى العرض
- \* منحنى العرض الفردي ، ومنحنى عرض السوق
- \* التغير في العرض والتغير في الكمية المعروضة
- \* محددات العرض
- \* مرونة العرض السعرية





## تمهيد

في الفصل السابق ناقشنا أحد جانبي السوق، هو جانب الطلب Demand، والذي يمثله المستهلكون أو المشترون، وهنا سندرس الجانب الآخر وهو جانب العرض Supply، أو قوى العرض والذي يمثله المنتجون Producers أو البائعون Sellers، وما يتخذوه من قرارات وسياسات في مواجهة الأسعار المختلفة للسلعة أو الخدمة التي يقدمونها في السوق، في إطار سعيهم المتواصل لتحقيق غرضهم الأساسي المتمثل في تعظيم الأرباح.

## أولاً: مفهوم العرض Supply

يمثل العرض الجانب الآخر من السوق ويُعرف:

على أنه الكميات المختلفة التي يرغب ويستطيع المنتجون أو البائعون عرضها للبيع من سلعة أو خدمة معينة، بمختلف الأسعار في السوق في مدة زمنية معينة.

ونلاحظ من هذا التعريف، أنه يتضمن النقاط الآتية:



1 - لكي يكون العرض فعالاً على السلعة أو الخدمة، لا بد أن تكون الرغبة لدى المنتج مقرونة بالقدرة على إنتاج أو عرض السلعة. فالرغبة وحدها لا تكفي، فقد يرغب المنتج أو البائع في عرض سلعته للبيع نظراً لارتفاع الأسعار، إلا أنه لا يستطيع عرضها إما بسبب عدم توافرها في مخازنه، أو بسبب عدم توافر عناصر إنتاجها.

وفي بعض الحالات يكون بمقدور المنتج أو البائع إنتاج السلعة أو عرضها في السوق، إلا أنه يفضل الانتظار لكونه توقع حصول ارتفاع في الأسعار، لذلك يؤجل إنتاج السلعة وعرضها، ومن ثم لا يعد ذلك عرضاً فعالاً.

إذ إن العرض الفعال والذي يؤخذ بالحسبان: هو العرض الذي تجتمع فيه الرغبة في عرض السلعة مع القدرة على ذلك.

2 - كذلك لا بد أن يتم تحديد المدة الزمنية لحالة العرض، فدراسة الكميات المعروضة من سلعة أو خدمة عند مختلف الأسعار، لا بد أن تكون محددة زمنياً، في يوم أو أسبوع أو شهر أو سنة.

3 - ليس المقصود بالكميات المعروضة في التعريف السابق للعرض أنها الكميات التي تُباع، ولكن المقصود بها الرغبة في العرض المدعومة بوجود السلعة لدى المنتجين.

## ثانياً: قانون العرض Law of Supply

ينص قانون العرض:

**قانون العرض:** أن العلاقة بين سعر السلعة (أو الخدمة) والكمية المعروضة منها هي علاقة طردية، وذلك مع فرض بقاء العوامل المؤثرة في الكمية المعروضة الأخرى على حالها.

فقانون العرض يقضي بأن الكمية المعروضة من السلع (أو الخدمة)، سوف تزداد كلما ازداد سعرها، وتنقص عندما ينخفض سعرها، هذا مع فرض بقاء العوامل المؤثرة ثابتة لا تتغير.

ويمكن التعبير عن هذه العلاقة أي (قانون العرض) على شكل دالة رياضية، على النحو الآتي:

$$P \uparrow \Rightarrow Q_s \uparrow$$

إن العلاقة بين السعر (P) بوصفة المتغير المستقل الذي يتغير أولاً، والكمية المعروضة (Quantity of Supply (Qs) بوصفها المتغير التابع أي الذي يتغير استجابة لتغير السعر، هي علاقة طردية، أي إن زيادة السعر تؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة، وذلك مع فرض ثبات العوامل المؤثرة الأخرى.

مثال - 4: إذا ارتفع سعر الدفتر الواحد من 1000 دينار إلى 1250 دينار، سيؤدي ذلك إلى تشجيع المنتجين لزيادة الإنتاج، ومن ثم زيادة الكمية المعروضة من الدفاتر، مع فرض ثبات العوامل المؤثرة الأخرى، بمعنى أن الكمية المعروضة من الدفاتر قد تغيرت نتيجة لتغير السعر، أي إن الكمية المعروضة من سلعة معينة تكون تابعة للتغيرات الحاصلة في أسعار تلك السلعة بافتراض ثبات العوامل المؤثرة الأخرى.

### ثالثاً: جدول العرض Supply Schedule

وهو عبارة عن:

بيان يوضح الكميات المختلفة من السلعة التي يرغب ويستطيع المنتج إنتاجها وبيعها بالأسعار المختلفة خلال فترة زمنية معينة.

أي إن جدول العرض يظهر الكميات المختلفة، التي يرغب ويستطيع

البائعون عرضها من السلعة بالأسعار المختلفة في زمن ومكان معينين، مع فرض بقاء العوامل المؤثرة الأخرى على حالها.

مثال - 5: يظهر الكميات التي يرغب ويستطيع منتج الدجاج عرضها في السوق بالأسعار المختلفة، إذ يلاحظ عند سعر 2000 دينار للكيلو غرام الواحد، تكون الكمية المعروضة 7000 كيلو غرام، وعند زيادة السعر إلى 6000 دينار للكيلو غرام الواحد، تزداد الكمية المعروضة لتبلغ 13000 كيلو غرام، وهكذا.

### جدول (3)

#### العرض من الدجاج

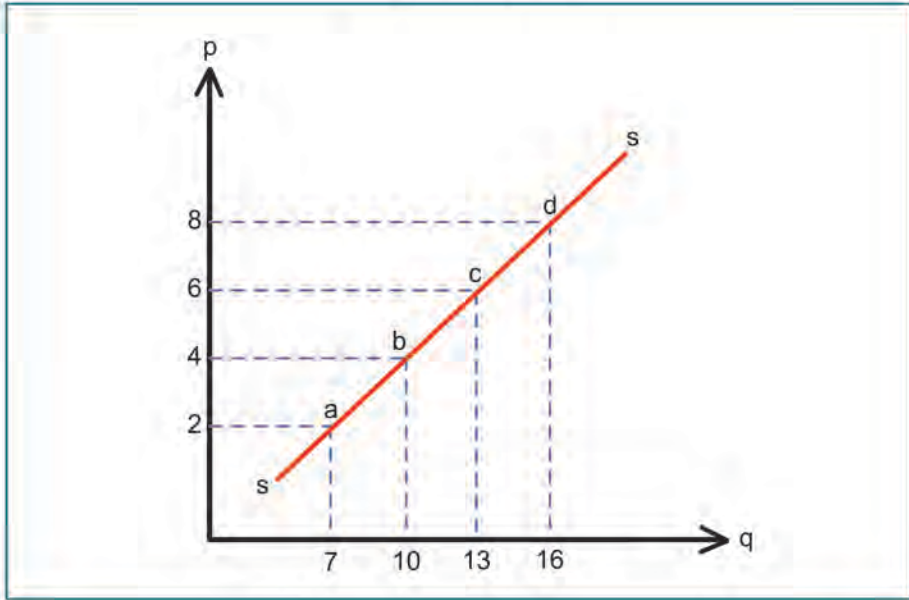
النقاط	سعر الكيلو (دينار) P	الكمية المعروضة (كيلو غرام) Qs
A	2000	7000
B	4000	10000
C	6000	13000
D	8000	16000
E	10000	19000

### رابعاً: منحنى العرض (Supply Curve)

بتمثيل جدول (3) بيانياً، إذ يتم وضع السعر على المحور العمودي (المتغير المستقل)، ووضع الكمية المعروضة على المحور الأفقي (المتغير التابع)، نحصل على النقاط a, b, c, d، وبإيصال هذه النقاط نحصل على منحنى العرض الذي يعبر عن العلاقة الطردية بين السعر والكمية المعروضة، إذ ينحدر منحنى العرض من أسفل اليسار إلى أعلى اليمين، كما في الشكل (6) الآتي:



شكل (6)  
منحنى العرض على السلعة



خامساً: منحنى العرض الفردي (Individual Supply Curve)،  
ومنحنى عرض السوق (Market Supply Curve):

منحنى العرض السابق هو منحنى العرض الخاص بمنتج واحد فقط لسلعة معينة في مدة زمنية محددة، ويمكن الحصول على منحنى عرض السوق عن طريق التجميع الأفقي لمنحنيات العرض الفردية، إذ بالطريقة نفسها التي حصلنا على منحنى العرض لمنتج واحد، (الشكل - 6)، نستطيع الحصول على منحنى عرض السوق Market Supply Curve، على سلعة أو خدمة ما، وذلك بتجميع الكميات المعروضة والمختلفة من هذه السلعة أو الخدمة جميعها، عند مستوى الأسعار المختلفة نفسها، ولجميع المنتجين أو البائعين في جدول واحد، كما في جدول (4)، فعند النقطة a، يكون سعر الكيلو الواحد من الدجاج 2000 دينار، ويكون العرض من هذه السلعة للمنتج (Q1) بما مقداره 4000 كيلو غرام،

والمنتج (Q2) بمقدار 6000 كيلو غرام، والمنتج (Q3) عند مقدار 7000 كيلو غرام، ويعرض المنتج (Q4) 9000 كيلو غرام.

جدول (4)

عرض السوق من الدجاج

جميع المنتجين	الكمية المعروضة (بالآلاف الكيلوغرامات) Qs				سعر الكيلو (بالآلاف) P (الدنانير)	النقاط
	المنتج Q <sub>4</sub>	المنتج Q <sub>3</sub>	المنتج Q <sub>2</sub>	المنتج Q <sub>1</sub>		
26	9	7	6	4	2	a
33	12	8	8	5	4	b
40	15	9	10	6	6	c
48	18	10	13	7	8	d
55	20	11	16	8	10	e

ثم نجمع الكميات المعروضة من الدجاج لجميع المنتجين عند هذا السعر، فنحصل على عرض السوق والبالغ (26000) كيلو غرام، وهكذا بالنسبة إلى بقية النقاط، وعند تجميع هذه النقاط وجعلها في شكل بياني، نحصل على منحنى عرض السوق، وهو أيضاً منحنى موجب الميل، أي إنه يتجه من أسفل اليسار نحو أعلى اليمين وكما هو مبين في الشكل (6).

### سادساً: التغيير في العرض والتغيير في الكمية المعروضة

التغيير في الكمية المعروضة يعني الانتقال من نقطة إلى نقطة على منحنى العرض نفسه، بسبب تغيير سعر السلعة نفسها، وكما هو موضح في الشكل (6) عن طريق تغيير الكمية المعروضة من نقطة a إلى نقطة b، وذلك نتيجة تغيير سعر السلعة، ومع فرض ثبات العوامل المؤثرة الأخرى.

والتغيير في العرض يعني انتقال منحنى العرض بأكمله إلى اليمين (حالة الزيادة في العرض)، أو إلى اليسار (حالة الانخفاض)، وذلك بسبب التأثير الذي يتركه تغيير محدد واحد أو أكثر في العرض.

## سابعاً: محددات العرض Determinants of Supply

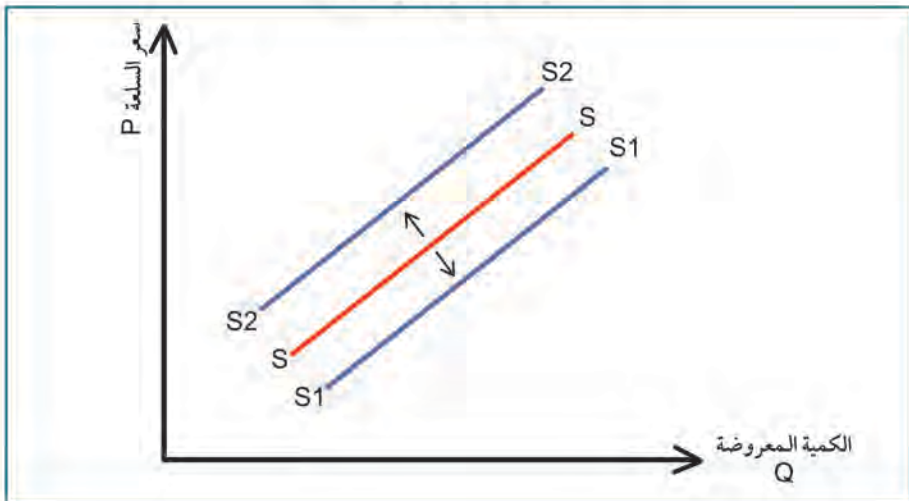
مما لا شك فيه أن هناك عوامل أخرى بالإضافة إلى السعر، تؤثر على الكمية المعروضة على مستوى المنتج أو البائع، وبالتالي على مستوى عرض السوق لسلعة معينة، فقد يؤدي تغير واحد أو أكثر من هذه العوامل الأخرى المحددة للعرض عدا السعر إلى تحريك/أو نقل (Shift) منحنى العرض بالكامل إلى اليمين (زيادة العرض)، أو إلى اليسار (انخفاض العرض). وعلى النحو الآتي:

### 1 - عدد المنتجين أو البائعين

يمثل منحنى عرض السوق لسلعة ما، عدد المنتجين أو البائعين لهذه السلعة، فإذا كان هناك زيادة في عدد المنتجين أو البائعين لهذه السلعة، فإنه يؤدي إلى زيادة عرض السلعة، لذلك يتحرك منحنى عرض السوق بالكامل إلى جهة اليمين من  $S$  إلى  $(S1)$ ، أما إذا انخفض عدد المنتجين أو البائعين، فسينخفض عرض السلعة، مما يؤدي إلى انتقال منحنى عرض السوق نحو اليسار، إذ يتحرك منحنى العرض بتمامه إلى الأعلى أي من  $(S$  إلى  $S2)$ .

شكل (7)

منحنى العرض على السلعة





ملاحظة: سيتم اعتماد الشكل (7) في محددات العرض جميعها كمثال على تحرك منحنى العرض، إذ سيتم الإشارة عند زيادة العرض إلى تحرك كامل لمنحنى العرض من (S إلى S1)، وعند انخفاض العرض يتحرك كامل منحنى العرض إلى الأعلى، أي من (S إلى S2).

## 2 - أسعار عناصر الإنتاج:

تمثل أسعار عناصر الإنتاج من العوامل الأساسية المؤثرة في الإنتاج، ولاسيما في تحديد الإرباح، إذ يؤدي ارتفاع أسعار عناصر الإنتاج إلى رفع تكلفة إنتاج السلعة، مما يدفع المنتج إلى إنتاج كميات أقل، ومن ثم سينخفض عرض السلعة، ولذلك سيتقل منحنى العرض من (S إلى S2) في الشكل (7)، والعكس صحيح في حالة انخفاض أسعار عناصر الإنتاج، إذ سيزيد المنتج من إنتاجه، لذلك تحصل زيادة في عرض السلعة في السوق، وينتقل منحنى العرض نحو اليمين من (S إلى S1).

## 3 - التكنولوجيا المستخدمة

التطور التكنولوجي يمكن المنتجين من تخفيض تكاليف إنتاج السلع والخدمات، وهو ما يسمح للمنتجين بزيادة الإنتاج، ومن ثم سيزداد عرض السلعة أو الخدمة في السوق، وبذلك سيتقل منحنى العرض بسبب التكنولوجيا من (S إلى S1)، وبالعكس إذا كان مستوى التكنولوجيا منخفضاً (قديمًا أو بسيطاً) فهو سيؤدي إلى ارتفاع تكلفة الوحدة الواحدة من السلعة أو الخدمة، وهو ما يخفض مستوى عرضها في السوق، وبذلك ينتقل منحنى العرض من (S إلى S2).

## 4 - الضرائب والمعونات الحكومية

عند قيام الحكومة بفرض ضريبة على الإنتاج إما لتخفيض استهلاكها أو لزيادة الحصيلة الضريبية منها، فإن ذلك يعني ارتفاع تكلفة إنتاج هذه السلعة، وبالتالي قيام المنتج بإنتاج كميات أقل من السلعة، مما يخفض من عرض السلعة، وانتقال منحنى العرض بالكامل للأعلى وإلى اليسار أي من

(S إلى S2) كما في الشكل (7). وعلى العكس عند قيام الحكومة بإعطاء معونات للمنتج، كما في دعم الإنتاج الزراعي في العراق، فإن هذا يعني انخفاض تكلفة الإنتاج، مما يساعد المنتج على إنتاج كميات أكبر من السلعة ويزداد عرضها في السوق، وينتقل بفعل ذلك منحني العرض للأسفل وإلى اليمين أي من (S إلى S1).

## ثامناً: مرونة العرض السعرية:

تعرف مرونة العرض السعرية:

درجة استجابة الكمية المعروضة من السلعة للتغير الذي يحدث في سعرها.

وتكون درجة المرونة محددة لنوعها، وذلك على النحو الآتي:

- 1 - إذا كان تغير الكمية المعروضة بدرجة كبيرة بحيث تكون نسبة التغير في الكمية المعروضة أكبر من نسبة التغير في السعر، يكون عرض السلعة مرناً، بمعنى أن الكمية المعروضة تستجيب بدرجة كبيرة للتغير الذي يحدث في السعر.
- 2 - إذا كانت نسبة التغير في الكمية المعروضة أقل من نسبة التغير في السعر، فيكون عرض السلعة غير مرن.
- 3 - إذا كان نسبة التغير في الكمية المعروضة يساوي نسبة التغير في السعر فيكون العرض متكافئ المرونة.

تقاس مرونة العرض باستعمال القانون الآتي:

إذ إن:

$$E^s = \frac{\Delta q}{q} \div \frac{\Delta P}{P}$$

$$E^s = q_2 - q_1 / q_1 \div p_2 - p_1 / p$$

$E^S$  : مرونة العرض السعرية .

$P$  : السعر الأصلي للسلعة .

$q$  : الكمية المعروضة الأصلية .

$\Delta q$  : التغير في الكمية المعروضة .

$\Delta P$  : التغير في السعر .

ويلاحظ: أن إشارة مرونة العرض تكون موجبة دائماً، وهذا يعود للعلاقة الطردية بين سعر السلعة والكمية المعروضة، على عكس مرونة الطلب السعرية التي تكون سالبة دائماً.

## حالات مرونة العرض السعرية

هناك خمس حالات لمرونة العرض السعرية، هي:

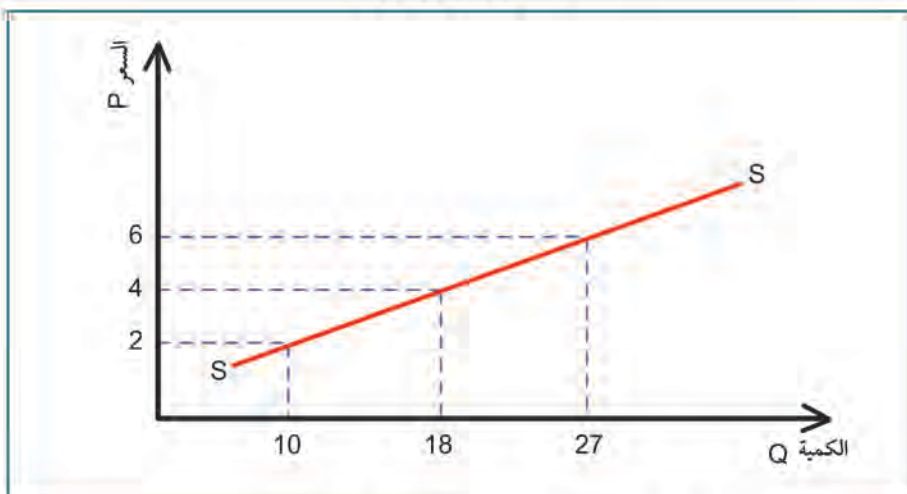
- 1 - العرض المرن
- 2 - العرض غير المرن
- 3 - العرض المتكافئ
- 4 - العرض عديم المرونة
- 5 - العرض لانهائي المرونة

وس يتم التركيز على الحالتين في أدناه، وتترك الحالات الأخرى إلى المستويات الدراسية المتخصصة في علم الاقتصاد.

حالة العرض المرن: في هذه الحالة تكون المرونة أكبر من الواحد الصحيح ( $E > 1$ )، وهذا معناه أن نسبة التغير في الكمية المعروضة تكون أكبر من نسبة التغير في السعر، كما هو في الشكل (8).

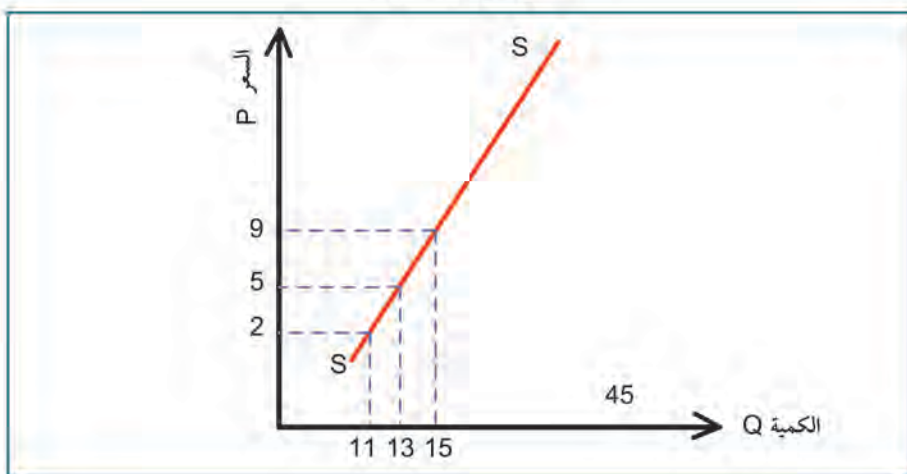


شكل (8)  
منحى عرض مرن



حالة العرض غير المرن: في هذه الحالة تكون المرونة أصغر من الواحد الصحيح ( $E < 1$ )، وهذا معناه أن نسبة التغير في الكمية المعروضة، تكون أقل من نسبة التغير في السعر، كما في الشكل (9).

شكل (9)  
منحى عرض غير مرن



## العوامل المؤثرة في مرونة العرض السعرية

تتوقف مرونة عرض السلعة على مدى قدرة المنتجين أو البائعين على تغيير الكمية المعروضة من السلعة في السوق بالزيادة (أو النقص)، عند حدوث تغيير في سعر السلعة (الارتفاع/ أو الانخفاض)، وتتوقف مرونة عرض السلعة على عوامل عدة:

1. قابلية السلعة للتخزين: إذا كانت السلعة قابلة للتخزين يكون عرضها مرناً من مثل السلع الغذائية الجافة الرز - معجون الطماطم - الزيوت. أما إذا كانت السلعة غير قابلة للتخزين (أو تكاليف تخزينها مرتفعة)، يكون عرضها غير مرن من مثل تخزين الخضراوات أو الفواكه.
2. طبيعة العملية الإنتاجية: إذا كانت عملية إنتاج السلعة سهلة يستطيع المنتجون تغيير كمية الإنتاج، ومن ثم إمكان تغيير عرضها في السوق عند حدوث تغيير في سعرها، وبذلك يكون عرض السلعة مرناً، وعلى العكس تماماً عندما تكون عملية إنتاج السلعة صعبة لا يمكن تغيير عرض السلع في السوق عند حدوث تغيير في سعرها، مما يجعل عرضها غير مرن.
3. التوقعات المستقبلية للأسعار: إذا توقع المنتجون استمرار التغيير في أسعار السلعة في المستقبل، فإنهم يغيرون الكمية المعروضة بدرجة كبيرة، ومن ثم يكون عرض السلعة مرناً. وبالعكس إذا توقع المنتجون أن التغيير في سعر السلعة مؤقت، وأنه لن يستمر في المستقبل، فإنهم لن يغيروا الكمية المعروضة من السلعة كثيراً، ومن ثم يكون عرض السلعة غير مرن.
4. المدة الزمنية: إن إنتاج أية سلعة يحتاج إلى مدة زمنية معينة (فالمدة اللازمة مثلاً لإنتاج القمح، تختلف عن المدة المطلوبة لإنتاج التلفزيون)، فكلما طالت المدة أمكن تغيير كمية الإنتاج من السلعة، ومن ثم تغيير الكمية المعروضة من السلعة بدرجة كبيرة، ومن ثم يكون عرض السلعة مرناً في المدى الطويل، ويكون غير مرن في المدى القصير.

## الأنشطة

يمكن للطالب بتوجيه من المدرسة/ أو المدرس اختيار واحد من الأنشطة  
لكتابة ورقة بحثية:

النشاط الأول: ما تأثير العرض في ارتفاع أسعار الفواكه والخضراوات في  
أوقات مختلفة من السنة.

النشاط الثاني: بمَ يتسم عرض السلع الكهربائية والسيارات في السوق  
العراقية؟.

## أسئلة للمراجعة

س1: صحح العبارات الآتية:

- 1 - تنخفض الكمية المعروضة من سلعة عند ارتفاع سعرها.
- 2 - يكون عرض السلعة غير مرن في الأجل الطويل.
- 3 - يؤدي فرض الضريبة على المنتج إلى زيادة إنتاج السلعة.
- 4 - قرارات المستهلكين تتطابق مع قرارات المنتجين.
- 5 - العرض هو الرغبة في عرض السلعة/ أو إنتاجها.

س2: ما العوامل التي تؤثر في العرض.



س3: ما تأثير المياه والطاقة على الإنتاج الزراعي في العراق .

س4: ما المرونة التي تنطبق على عرض السلع الآتية :

1 - السلع الزراعية

2 - أجهزة الهاتف النقال

3 - الألبسة

4 - الأدوية

س5: ما الأسباب التي تكمن وراء انتقال منحني العرض نحو اليمين أو اليسار؟

عددتها . معزراً إجابتك بالرسم .

## الفصل الرابع

# الإنتاج والتكاليف والإيراد

## Production - Costs - Revenue

\* الإنتاج

\* التكاليف

\* الإيرادات

\* العلاقة بين التكاليف والإيرادات





## أولاً: الإنتاج (Production)

### 1 - تعريف الإنتاج

**الإنتاج:** هو خلق المنفعة أو زيادتها، وهو النشاط الذي يكيف الموارد الإقتصادية المتاحة ويجعلها سلعاً وخدمات قابلة لاستهلاك الأفراد.

إن العملية الإنتاجية هي عبارة عن عملية تحويل مختلف عناصر الإنتاج (الأرض، العمل، رأس المال، التنظيم) إلى سلع وخدمات، يكون المستهلك على استعداد لدفع ثمن مقابل الحصول عليها.

### 2 - عناصر الإنتاج Factors of production

قبل أن يكون هناك استهلاك، يجب أن يكون لدينا إنتاج، والواقع أن أفضل قياس لقوة البلد الاقتصادية إنما يعتمد على قدرته الإنتاجية، وهذه القدرة الإنتاجية متأية من توافر عناصر الإنتاج داخل ذلك البلد، من (أرض، وقوة



عمل، ورأس مال، ومؤسسات تنظيمية)، ويمكن تسخير كل هذه العناصر لصنع ذلك الكم الهائل من السلع والخدمات، لغرض الإتجار بها أو استهلاكها.

ويأتي الإنتاج بأشكال مختلفة، فالزراعة تحتاج إلى أرض وسماد وبذور وأيدي عاملة وأموال، ليكون نتاج هذه العملية قمح أو ذرة أو أي منتج زراعي آخر، وصناعة المواد البلاستيكية، على سبيل المثال، تحتاج إلى بنى تحتية منشأة، ومواد أولية، وعمال، وأموال، وإدارة، لنحصل بعد ذلك على سلع صالحة للاستعمال.

ولذلك يمكننا حصر العوامل التي تساعدنا على إتمام العملية الإنتاجية، والذي نسميها (عناصر الإنتاج) بالآتي:

### 1 - الأرض Land (الطبيعة):

- تعريفها: كل الموارد والقوى التي يجدها الإنسان دون جهد من جانبه كالأرض والمناجم والغابات والمصائد، وعائد الأرض هو الربح.
- خصائصها: (الأرض هي - هبة من الله - غير قابلة للهلاك وتخضع للحقوق القانونية):

1 - خضوع الأرض للحقوق القانونية: إن وجود السلطة أدى إلى ظهور فكرة الحق، وهو سلطة قانونية تمكن صاحبها من التصرف في الموارد، وهذه الحقوق قد تكون عامة (مملوكة للدولة) أو خاصة (مملوكة للأفراد).

2 - الأرض هبة من عند الله: أي لم يصنعها الإنسان، إلا أنها تكاد تكون مصنوعة لأنها لا تستعمل بحالتها الأولية، بل لابد من تدخل الإنسان بدرجات متفاوتة لإجراء التحويلات عليها، من مثل حفر المناجم وتنظيم جريان الأنهار وتجهيز الأرض.

3 - الأرض غير قابلة للهلاك: أي دائمة (لأن المادة لا تفنى)، إلا أن هذه الخاصية تحتاج إلى مزيد من التروي، لأن كثرة التحويلات تجعلها

أقل صلاحية لإشباع الحاجات، ومن ثم قد تتعرض الطبيعة للتلف لسوء الاستعمال، مثل التصحر والتلوث والمبالغة في استغلال الغابات أو تجريف الأرض.

#### ● أنواعها:

- الأرض الخصبة: وهي الأرض التي تنتج غلة أكثر من الأرض الرديئة، حتى لو استعملنا نفس المدخلات من بذور وأسمدة وعمل ومياه.
- الأرض الحدية: هي الأرض المنخفضة الخصوبة، والتي تغطي كلفة الإنتاج فقط.

#### 2- العمل (Labor):

#### ● تعريف العمل

**العمل:** هو الجهد الإنساني المبذول في العملية الإنتاجية لغرض إنتاج السلع والخدمات.

والعمل له طبيعته الإنسانية التي تفرض نفسها وتستلزم معاملة خاصة، فإدارة عنصر العمل لا تتعلق بإدارة مورد اقتصادي، وإنما هي أولاً إدارة لعنصر إنساني، ويظهر هذا في أمرين:

- الأجر: وهو عائد العمل الذي يحصل عليه العامل، ليس ثمناً لخدماته فحسب، بل هو دخل يحدد مستوى معيشته، ومن ثم لا بدّ له من حماية خاصة.

- الاعتبارات الإنسانية: التي يجب مراعاتها عند تشغيل العامل من مثل، تنظيم ساعات العمل والإجازات ووضع ضوابط لتشغيل الأحداث.

#### ● خصائص العمل

**العمل:** نشاط واع وإرادي، مُجهد ومكلف، يشعر الإنسان فيه بالمتعة، له غرض وغاية.

- العمل نشاط واع: لأن الإنسان يعي ما يعمل، على عكس الحيوان الذي يعمل بغريزته، فالإنسان وحده هو الذي يعي الطبيعة ويستوعبها ويحولها.
- العمل نشاط إرادي: لأن الإنسان يقوم به عن إرادة مختارة ويقدر بأجر (الحساب الاقتصادي)، مقابل ما يبذل فيه من جهد، بعكس العمليات اللاإرادية من تنفس ودورة دموية... الخ.
- العمل مجهود: إن الجهد هو التكلفة التي يتحملها العامل نتيجة لعمله، والعمل يتضمن نوعاً من القهر على العامل، بما يفرضه عليه من التزامات وأعباء بدنية وذهنية وخضوعه لنظام محدد وصارم.
- العمل مصدر للمتعة والسعادة: على الرغم مما يسببه العمل من جهد وقهر، نرى العامل سعيد بإنجاز عمله والرضا عن نفسه.
- العمل له غاية: وهي خلق المنافع بالإسهام في العملية الإنتاجية، فإذا كان الجهد يمثل تكلفة العمل، فإن إنتاج السلع والخدمات يمثل العائد من العمل.
- فإن كان العمل لا يرمي في النهاية إلى الإنتاج، فلا يُعدُّ عملاً من الناحية الاقتصادية.

### • أنواع العمل

- يختلف العمل من مهنة إلى أخرى، وتختلف طبيعته داخل كل مهنة فهو عنصر غير متجانس فهناك:
  - أعمال يدوية: هي التي تعتمد على الجهد العضلي، وإن كانت لا تخلو من الجهد الذهني من مثل أعمال البناء والحدادة والنجارة.
  - أعمال ذهنية: تستند إلى المعرفة، وإن كانت لا تخلو من الجهد العضلي مثل عمل المدرس والصحفي.
  - أعمال تنفيذية: كعمل المهندسين والفنيين.



- أعمال إشرافية: فلا يوجد عمل تنفيذي دون عمل إشرافي مثل عمل المديرين ورؤساء العمل .

### 3 - رأس المال Capital

#### • تعريف رأس المال :

**رأس المال:** هي الأموال المستخدمة في الحصول على مجموعة غير متجانسة من الآلات والأدوات والأجهزة المصنوعة، التي تساعد عند استعمالها في عملية الإنتاج على زيادة إنتاجية العمل وخلق المزيد من السلع والخدمات.

ويحصل رأس المال على المكافأة من عوائد الإنتاج لقاء مشاركته في العملية الإنتاجية المتمثلة بالفائدة.

#### • خصائصه :

رأس المال عنصر مصنوع، وقابل للهلاك :

- رأس المال عنصر مصنوع: إذ إن الإنسان هو الذي يصنعه نتيجة تضافر جهود سابقة، وتختلف الدول فيما بينها من حيث مدى توافر رأس المال فيها، فالدولة الأكثر تقدماً تمتلك حجماً أكبر من رأس المال، ومن ثم إنتاجية أعلى للعمل، إذ إن التقدم الاقتصادي يرتبط بحجم رأس المال، لأنه يساعد على زيادة إنتاجية العمل.

- رأس المال عنصر قابل للهلاك: إذ يتعرض رأس المال لنوعين من الاستهلاك، الاستهلاك المادي والاستهلاك الاقتصادي، فالاستهلاك المادي الذي يعود إلى أن استعمال رأس المال في الإنتاج، يؤدي إلى إهلاكه مادياً بشكل تدريجي نتيجة التلف والتآكل والصدأ ومرور الزمن وكثرة الاستعمال، أما الاستهلاك الاقتصادي، فيرجع إلى ما يحدثه التقدم الفني وتغير الأذواق، إذ يؤدي التقدم الفني إلى ظهور آلات وأجهزة أحدث وأعلى إنتاجية وأقل تكلفة، أما تغير الأذواق فيؤدي إلى تقلص الطلب على السلعة بما يجعل إنتاجها غير اقتصادي.

## ● أنواعه :

ينقسم رأس المال إلى نوعين :

- رأس المال الثابت: وهي الأصول الإنتاجية التي تستعمل في العملية الإنتاجية مرات عديدة، من دون أن تفقد خصائصها الأساسية مثل الآلات والأدوات والأجهزة.
- رأس المال المتداول: وهو رأس المال الجاري الذي يُستعمل في العملية الإنتاجية مرة واحدة، ويفقد بعدها شكله الأول ويختفي في السلعة المنتجة مثل المواد الأولية والسلع نصف المصنوعة والوسيطه والوقود والمخزون السلعي.

## 4 - التنظيم : Entrepreneurs

### ● تعريفه :

- التنظيم هو التوزيع المناسب للأفراد والواجبات وتحديد الاختصاصات وتوضيح السلطات والمسؤوليات داخل المنظمة (الشركة - المصنع) من أجل تحقيق غرض منشود، ويقوم بهذا كله المنظم الذي يحصل على عائد التنظيم وهو الربح.

**المنظم:** هو الشخص الذي يقوم بتوليف (مزج) عناصر الإنتاج، باستعمال المهارات الفنية والإدارية المتوافرة له بجانب خبرته لأجل إنتاج السلعة أو الخدمة.

### ● خصائصه :

- تحديد الأهداف وتحديد النشاطات المطلوب تحقيقها.
- تصنيف وتقسيم الأعمال (تجميع الأعمال المطلوبة وتحديد المتشابه فيها في تخصص واحد).
- تحديد مواصفات ومؤهلات العاملين.

- تحديد المسؤوليات والسلطات واختيار العاملين المناسبين .
- وضع العناصر السابقة في خريطة تنظيمية .

### • أنواع التنظيم

- التنظيم الرسمي : هو التنظيم الذي يحدد العلاقات والمستويات الإدارية للأعمال، التي يقوم بها الأفراد والجماعات وتوزيع المسؤوليات والواجبات بطريقة تسمح بأداء العمل في كل وحدة إدارية .
- التنظيم غير الرسمي : هو مجموعة من العلاقات التي تنشأ وتستمر بين العاملين، بسبب وجودهم في مكان واحد للعمل واشتراكهم في مشكلات وأهداف متشابهة .

### 3 - دالة الإنتاج : Production Function

إن إنتاج السلعة أو الخدمة في أي مشروع، يتضمن استعمال أكثر من عنصر من عناصر الإنتاج، ويتوقف حجم الإنتاج على كمية عناصر الإنتاج المستعملة، ودالة الإنتاج تعبر عن العلاقة بين حجم الإنتاج وكمية عناصر الإنتاج المستعملة، ويمكن التعبير عن دالة الإنتاج على النحو الآتي :

$$Q = F(L, K)$$

إذ إن (Q) كمية الإنتاج، و (L) كمية العمل، و (K) كمية رأس المال، وإن (Q) كمية الإنتاج هو دالة في عناصر الإنتاج مثل (العمل، ورأس المال)، وهذا يعني أن حجم الإنتاج من السلعة التي ينتجها المشروع يتوقف على كمية المستعمل من عناصر الإنتاج، وعلى ذلك يكون حجم الإنتاج (Q) هو المتغير التابع في دالة الإنتاج، على حين يمثل المستعمل من عناصر الإنتاج (L, K) المتغيرات المستقلة في الدالة .

ويمكن زيادة حجم الإنتاج في المشروع أو المنشأة بطريقتين :



**الطريقة الأولى:** أن يتم زيادة حجم الإنتاج من السلعة التي ينتجها المشروع عن طريق زيادة كمية المستعمل من أحد عناصر الإنتاج، أو بعضها (مع ثبات عناصر الإنتاج الأخرى)، ويحدث ذلك في المدى القصير (Short Run)، وهو المدى أو الفترة الزمنية التي لا يتمكن فيها المشروع من تغيير جميع عناصر الإنتاج المستخدمة، وإنما يتمكن من تغيير بعضها فقط، بحيث إذا أراد زيادة حجم ما ينتج من السلعة، فإنه يلجأ إلى زيادة كمية المستخدم من بعض عناصر الإنتاج، مثل عنصر العمل أو كمية المستخدم من المواد الأولية، بينما يبقى حجم المشروع ثابتاً، وتبقى عناصر الإنتاج الأخرى مثل رأس المال الثابت من آلات ومعدات ومبانٍ ثابتة.

**الطريقة الثانية:** أن يتم زيادة الإنتاج عن طريق زيادة حجم المشروع بالكامل، بحيث يتم زيادة جميع عناصر الإنتاج المستخدمة بالنسبة نفسها، ويحدث ذلك في المدى الطويل (Long Run)، وهو المدى أو الفترة الزمنية التي تكفي لتغيير جميع عناصر الإنتاج المستخدمة في المشروع، وبالتالي تغيير الطاقة الإنتاجية وحجم المشروع بالكامل.

إذن يمكننا زيادة الإنتاج بطريقتين، أما بزيادة حجم الإنتاج عن طريق زيادة كمية المستخدم من أحد عناصر الإنتاج، أو عن طريق زيادة حجم المشروع بالكامل (توسيع المشروع عن طريق إضافة خطوط إنتاج جديدة).

فلو فرضنا أن لدينا معمل الإنتاج المنسوجات القطنية، وأنه يُشغَّل عاملاً واحداً في الحالة الأولى، ثم عاملين في الحالة الثانية، وثلاثة عمال في الحالة الثالثة، وهكذا حتى عشرة عمال، فإننا بذلك نحصل على مستويات الإنتاج الحدي والإنتاج المتوسط وعلاقتهما بالإنتاج الكلي، وكما هو موضح في الجدول (5) الآتي:

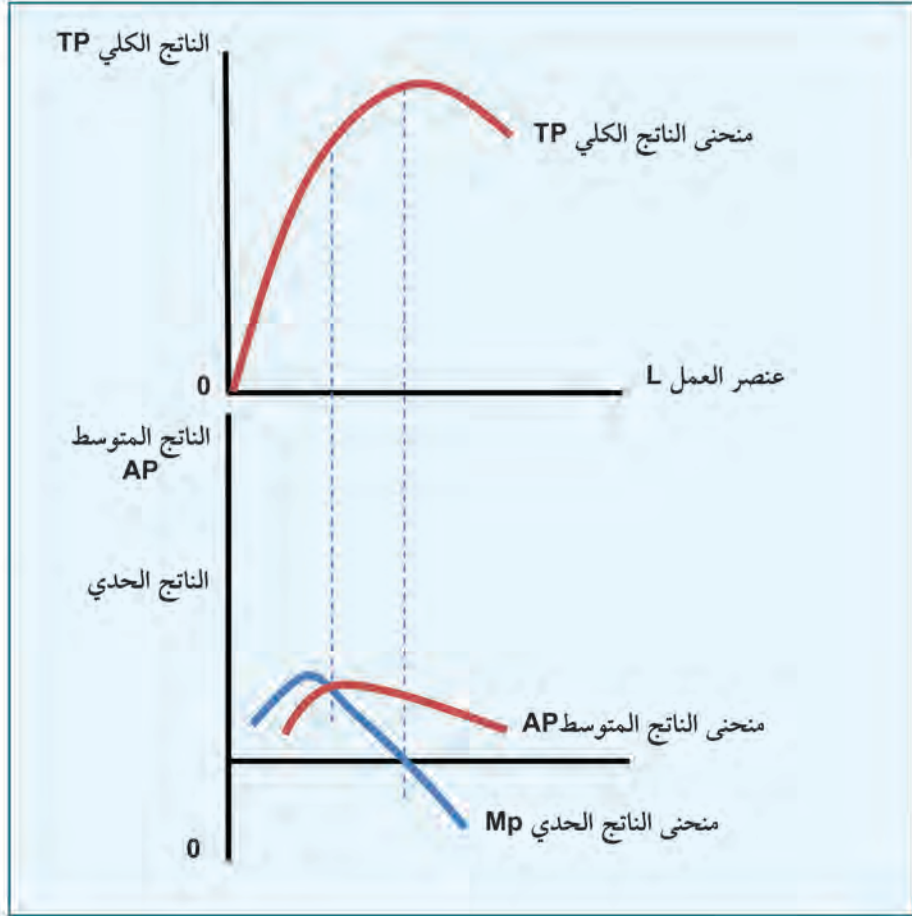
جدول (5)  
الإنتاج في معمل للمنسوجات القطنية

الناتج الحدي MP	الناتج المتوسط AP	الناتج الكلي (وحدة) TP	عدد العمال L
50	50	50	1
55	52.5	105	2
48	51	153	3
40	48.25	193	4
30	44.6	223	5
26	41.5	249	6
0	35.5	249	7
-5	30.5	244	8
-10	26	234	9
-15	21.9	219	10

ومن الجدول (5) نجد أن العمود الأول عنصر العمل (Labor) (أحد عناصر الإنتاج، وهو متغير مستقل)، والعمود الثاني بين الناتج الكلي (Total Production) للمعمل، أما العمود الثالث فيبين الناتج المتوسط (Average Production)، وهو ناتج عن قسمة الناتج الكلي على عدد العمال، والعمود الرابع يبين الناتج الحدي (Marginal Production)، الحاصل عن الإضافة إلى الناتج الكلي بوحدة واحدة من المدخل المتغير لعملية الإنتاج، وهو هنا عنصر العمل)، كما هو موضح في الشكل (10).

### شكل (10)

يبين العلاقة بين منحنيات الناتج الكلي والمتوسط والحددي



#### 4 - قانون الغلة المتناقصة

ينص قانون الغلة المتناقصة: على أنه إذا أضيفت وحدات متساوية من عنصر إنتاجي (المتغير المستقل)، في عملية إنتاجية معينة مع ثبات بقية عناصر الإنتاج (المتغيرات المستقلة)، فإن الناتج الكلي يزداد بصورة متزايدة ثم يزداد بصورة متناقصة، بعد ذلك يبدأ بالتناقص المطلق. إن هذا القانون يشير إلى أن الناتج الكلي يمر بثلاث مراحل هي:



المرحلة الأولى: (مرحلة تزايد الغلة): يزداد الإنتاج بصورة متزايدة كلما أضفنا وحدات من عنصر الإنتاج (المتغير المستقل)، أي إن الوحدة الجديدة تزيد الإنتاج أكثر من الوحدة التي سبقتها، إلى أن نصل إلى نقطة الانقلاب، وهي النقطة التي عندها يبدأ الإنتاج بالزيادة، ولكن بصورة متناقصة أي إن الوحدة الجديدة تزيد على الإنتاج أقل من الوحدة القديمة، إما الناتج الحدي فإنه في هذه المرحلة يزداد إلى أن يصل إلى أعلى مستواه عند نقطة الانقلاب، وبعدها يبدأ بالنزول، أما متوسط الإنتاج فإنه يزداد إلى أن يصل إلى أعلى مستوى له في نهاية هذه المرحلة.

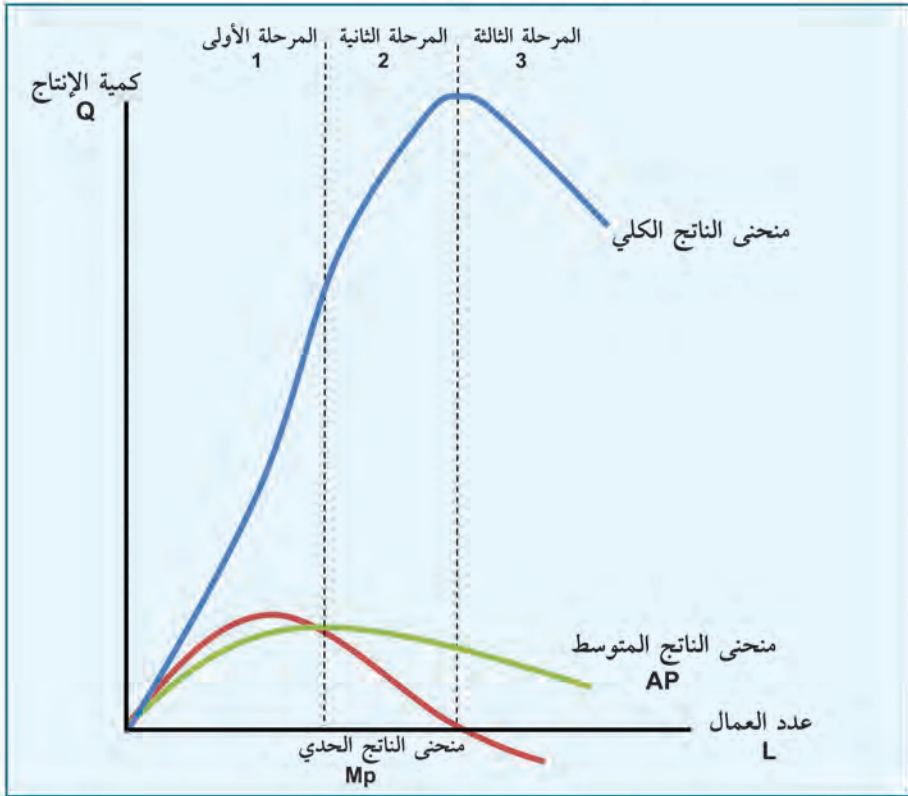
المرحلة الثانية: (مرحلة تناقص الغلة): في هذه المرحلة يستمر الإنتاج بالزيادة بصورة متناقصة، إلى أن يصل إلى أعلى مستواه في نهاية هذه المرحلة، أما الناتج الحدي فيستمر بالنزول إلى أن يصل إلى الصفر في نهاية هذه المرحلة، كذلك متوسط الإنتاج فهو أيضا يستمر بالنزول إلى نهاية المرحلة، ولكنه لا يصل إلى الصفر طالما كان هناك إنتاج.

المرحلة الثالثة: (مرحلة الغلة السالبة): في هذه المرحلة يبدأ الإنتاج بالتناقص المطلق، أي إن وحدة عنصر الإنتاج (المتغير المستقل) الجديدة، سوف تنقص الإنتاج بدلاً من زيادته، أما الناتج الحدي فتكون قيمته سالبة ويستمر متوسط الإنتاج بالتناقص.

إن أفضل مستوى للإنتاج بالنسبة إلى المنتج، هو عند نهاية المرحلة الثانية، إذ يتحقق له أكبر قدر ممكن من الإنتاج.

ومن مراحل الإنتاج المذكورة، يمكننا رسم شكل بياني يوضح ذلك (شكل 11):

شكل (11)  
مراحل الإنتاج وقانون الغلة المتناقصة



ملاحظة مهمة: تُحدّد نهاية المرحلة الأولى عن طريق تقاطع منحنى الناتج الحدي مع الناتج المتوسط. على حين تتحدد نهاية المرحلة الثانية عند بلوغ الناتج الكلي أعلى مستوى له ويكون الناتج الحدي مساوياً للصفر.

ثانياً: التكاليف Costs

يمكن تعريف تكاليف الإنتاج بأنها:

**تكاليف الإنتاج:** مجموع قيمة عناصر الإنتاج المستعملة في عملية الإنتاج، أو هي مجموع ما يتكلفه المشروع لإنتاج كمية معينة من السلعة في مدة زمنية معينة.

فعندما يقوم المنتج باتخاذ قرار الإنتاج، فإنه يسعى إلى تعظيم أرباح مشروعه، والربح يأتي من الفرق بين قيمة المدخلات (عناصر الإنتاج) وقيمة المخرجات (السلع المُنتجة)، فقيمة المخرجات تمثل الإيراد، أما قيمة المدخلات فتمثل التكلفة التي يتحملها المشروع.

وبذلك تضم التكاليف: عائد العمل وهي الأجور، وعائد رأس المال وهي فوائد رأس المال، وعائد الأرض وهو الربح المدفوع مقابل تأجير الأرض التي يُنشأ عليها المشروع، وعائد المنظم وهو الربح المدفوع مقابل الخدمات التي يقدمها، فضلا عن أثمان المواد الأولية الداخلة في العملية الإنتاجية، وأثمان الطاقة وخدمات النقل والتأمين، وقيمة اندثار المكائن والآلات المستعملة في الإنتاج.

### أنواع تكاليف الإنتاج

هناك نوعان من تكاليف الإنتاج بحسب طول المدة الزمنية، النوع الأول التكاليف في المدى القصير، والثاني التكاليف في المدى الطويل، وستقتصر دراستنا هنا على النوع الأول من التكاليف (التكاليف في المدى القصير)، التي تُقسم بدورها إلى ثلاثة أنواع وكالآتي:

1 - التكاليف الكلية (Total Cost): وهي عبارة عن مجموع التكلفة الكلية الثابتة والتكلفة الكلية المتغيرة، ويرمز لها بالرمز (TC):

$$TC = TFC + TVC$$

أ - التكلفة الكلية الثابتة (Total Fixed Cost): وهي التكاليف التي تدفع لعناصر الإنتاج الثابتة، ومن ثم لا تتغير بتغير حجم الإنتاج مثل إيجار المصنع أو رواتب الإدارة، ويرمز للتكلفة الكلية الثابتة بالرمز (TFC).

ب - التكلفة الكلية المتغيرة (Total Variable Cost): وهي التكاليف التي تدفع لعناصر الإنتاج المتغيرة، ومن ثم تتغير هذه التكلفة بتغير حجم الإنتاج مثل المواد الأولية وأجور العمل، فإذا كانت الكمية المنتجة



تساوي صفرًا، فإن التكلفة الكلية المتغيرة تساوي صفرًا أيضًا، ويرمز  
للتكلفة الكلية المتغيرة بالرمز (TVC).

وتجدر الإشارة إلى أن التكلفة الكلية تساوي التكلفة الكلية الثابتة عندما  
يكون حجم الإنتاج صفرًا، حيث تكون التكلفة الكلية المتغيرة صفرًا،  
وتتزايد التكلفة الكلية بتزايد حجم الإنتاج، وذلك بسبب ارتفاع حجم  
التكلفة المتغيرة.

2 - التكاليف الحدية (Marginal Costs): وهي مقدار التغير في التكلفة الكلية  
الناجمة عن تغير الكمية المنتجة بوحدة واحدة، ويرمز إلى التكلفة الحدية  
بالرمز (MC):

$$\frac{\Delta T_c}{\Delta Q} = MC$$

3 - التكاليف المتوسطة (Average Costs): ويمكن تصنيف التكاليف  
المتوسطة إلى ثلاثة أنواع:

أ - متوسط التكلفة الثابتة (Average Fixed Cost): وهي عبارة عن التكلفة  
الكلية الثابتة مقسومة على حجم الإنتاج، ويمكن احتساب متوسط  
التكلفة الثابتة (AFC) كما يأتي:

$$\frac{TF_c}{Q} = AFC$$

ب - متوسط التكلفة المتغيرة (Average Variable Cost): وهي عبارة عن  
التكلفة الكلية المتغيرة مقسومة على حجم الإنتاج، ويمكن احتساب  
متوسط التكلفة المتغيرة (AVC) كما يأتي:

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

ج - متوسط التكلفة الكلية (Average Total Cost): وهي عبارة عن  
مجموع متوسط التكلفة الثابتة ومتوسط التكلفة المتغيرة، ويمكن  
احتساب متوسط التكلفة الكلية (ATC) كما يأتي:

$$ATC = \frac{TC}{Q} = \frac{TFC + TVC}{Q} = AFC + AVC$$

دعنا الآن نرى كيفية احتساب التكاليف في مصنع لكبس التمور، على أساس أن عنصر العمل (L) هو المتغير المستقل الوحيد في العملية الإنتاجية، ولدينا ست حالات، الحالة الأولى عندما تكون التكاليف المتغيرة تساوي صفرًا، ففي هذه الحالة، كما ذكرنا، تبقى هناك تكاليف متأتية من الكلف الثابتة، والحالة الثانية هناك عامل واحد، وفي الحالة الثالثة هناك عاملان، وهكذا، وكما هو موضح في الجدول (6) الآتي :

### جدول (6)

#### تكاليف مصنع لكبس التمور

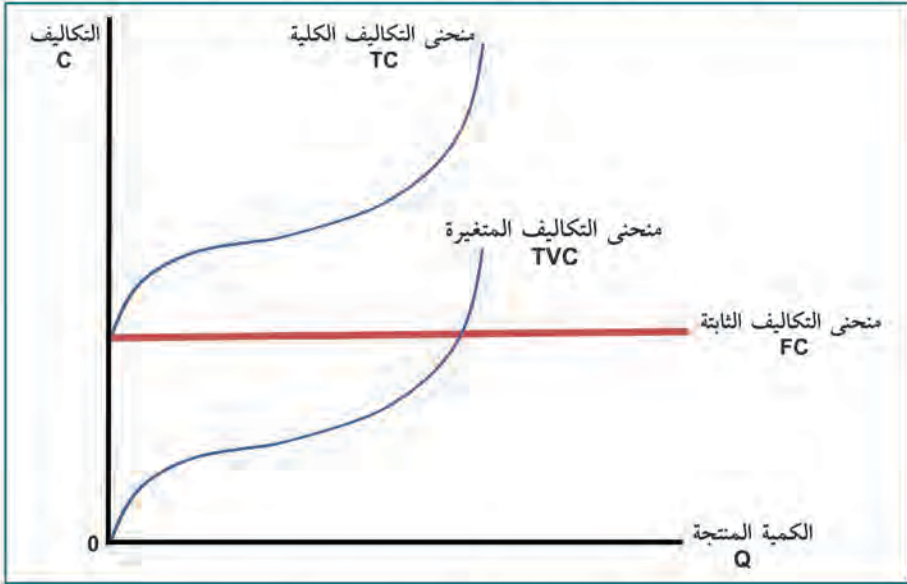
ATC = AFC + AVC	AFC = TFC/Q	AVC = TVC/Q	MC = $\Delta TC/\Delta Q$	TC = TVC + TFC	TVC	TFC	Q	L
الاعمدة								
9	8	7	6	5	4	3	2	1
-	-	-	-	25	0	25	0	0
12.50	6.25	6.25	6.25	50	25	25	4	1
7.50	2.50	5.00	4.17	75	50	25	10	2
7.69	1.92	5.77	8.33	100	75	25	13	3
8.33	1.67	6.67	12.50	125	100	25	15	4
9.38	1.56	7.81	25.00	150	125	25	16	5

ومن الجدول (6) نجد أن العمود الخامس الذي يمثل التكاليف الكلية عبارة عن ناتج مجموع العمودين الثالث والرابع، أي مجموع التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة، على حين العمود السادس والذي يمثل التكاليف الحدية هو عبارة عن التغير في التكاليف الكلية مقسوماً على حجم الانتاج. أما العمود السابع والذي يمثل متوسط التكلفة المتغيرة، فهو عبارة عن ناتج قسمة التكاليف الكلية المتغيرة على حجم الناتج، أما العمود الثامن الذي يمثل متوسط التكلفة

الثابتة، فهو عبارة عن ناتج قسمة التكاليف الكلية الثابتة على حجم الناتج، وأن العمود التاسع الذي يمثل متوسط التكلفة الكلية، هو عبارة عن ناتج جمع متوسط التكلفة الثابتة مع متوسط التكلفة المتغيرة.

شكل (12)

منحنيات التكاليف الكلية والتكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة



ونلاحظ من الشكل (12) أن المسافة الواقعة بين منحنى التكلفة الكلية ومنحنى التكلفة الكلية المتغيرة عبارة عن حجم التكلفة الكلية الثابتة، وذلك عند جميع مستويات الإنتاج المختلفة.

يكون منحنى التكلفة الكلية الثابتة خطأً مستقيماً ولا يبدأ من الصفر، إذ إن حجم التكلفة الكلية الثابتة لا يعتمد على حجم الإنتاج.

بسبب أن هناك تكلفة ثابتة حتى لو لم يكن هناك إنتاج، فالمباني والآلات والمعدات هي موجودات ثابتة سواء تم الإنتاج أم لم يتم، أما منحنى التكلفة



الكلية المتغيرة فيبدأ من الصفر، إذ إن حجم التكلفة الكلية المتغيرة يعتمد على مستوى الإنتاج.

### ثالثاً: الإيرادات Revenue

1 - الإيراد الكلي (Total Revenue): ويُعرف

**الإيراد الكلي:** مجموع ما يحصل عليه المنتج مقابل بيعه كمية ما من منتجاته.

فالإيراد الكلي (TR) هو حاصل ضرب وحدات الكمية المباعة (Q) في سعرها، أي أن:

$$TR = Q \times P$$

2 - الإيراد المتوسط: وهو:

**الإيراد المتوسط:** هو نصيب الوحدة المباعة من الإيراد الكلي.

فهو إذا ناتج قسمة الإيراد الكلي على عدد الوحدات المباعة، أي:

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

3 - الإيراد الحدي: ويعني

أي:

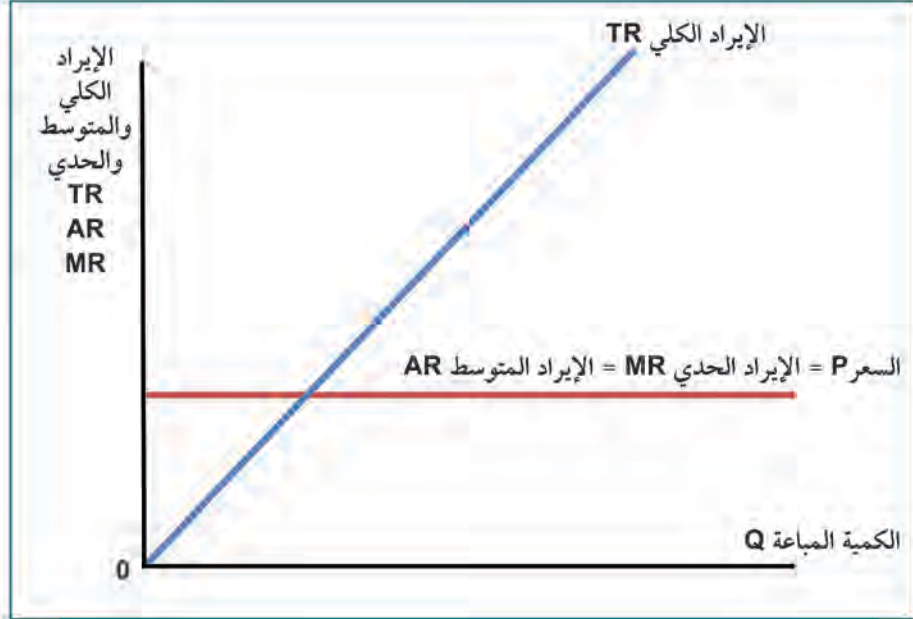
**الإيراد الحدي:** هو حاصل قسمة التغير في الإيراد الكلي على التغير في حجم الإنتاج.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

والشكل الآتي يمثّل منحنيات الإيراد الكلي والمتوسط والحدي بيانياً:

### شكل (13)

#### منحنيات الإيراد الكلي والمتوسط والحددي



ويمكننا تمثيل منحنى الإيراد الكلي في سوق المنافسة الكاملة<sup>(\*)</sup> كخط مستقيم ينطلق من نقطة الأصل، ويساوي ميله السعر، وبما أن السوق هي سوق منافسة كاملة، فإن أي بائع أو منتج لا يمكنه أن يؤثر في السعر، لذا فإن السعر معطى بالنسبة إلى المنتج أو البائع، و أن ميل خط الإيراد الكلي لا يتغير بتغير الكمية المباعة.

وينطبق الحال على الإيراد المتوسط الذي لا يتغير أيضاً بتغير الكمية المباعة، ما دام البائع لا يمكنه التحكم في السعر في ظل المنافسة الكاملة، وبذلك يتساوى الإيراد المتوسط مع السعر، وكما هو ممثل في الشكل (13) السابق.

(\*) سوق المنافسة الكاملة هي السوق المثالية، إذ تتوفر فيها شروط عدة منها: وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين، وتجانس السلعة، وحرية الدخول والخروج من وإلى السوق، وتوافر المعلومات الكاملة عن السوق بالنسبة إلى البائعين والمشتريين.

دعنا الآن نطبق ما تعلمناه على الواقع، ولنفرض أن هناك مصنعا للعب الأطفال، ينتج الكميات المؤشرة في العمود الأول، وسعر الوحدة الواحدة من هذه الألعاب (1000) دينار، فيتكون لدينا الجدول الآتي:

### جدول (7)

الإيراد الكلي والمتوسط والحدي في مصنع للعب الأطفال

الإيراد الحدي (MR)	الإيراد المتوسط (AR)	الإيراد الكلي (TR)	سعر الوحدة المباعة (P)	الكمية المباعة (Q)
العمود الخامس	العمود الرابع	العمود الثالث	العمود الثاني	العمود الأول
1000	1000	1000	1000	1
1000	1000	2000	1000	2
1000	1000	3000	1000	3
1000	1000	4000	1000	4
1000	1000	5000	1000	5
1000	1000	6000	1000	6
1000	1000	7000	1000	7
1000	1000	8000	1000	8
1000	1000	9000	1000	9
1000	1000	100000	1000	10

ومن الجدول (7) السابق نجد أن العمود الأول يمثل الكمية المباعة من لعب الأطفال في عشر حالات، والعمود الثاني يمثل سعر الوحدة الواحدة من لعب الأطفال (1000) دينار، أما العمود الثالث فيمثل الإيراد الكلي وهو حاصل



ضرب الكمية المنتجة في سعرها (العمود الأول × العمود الثاني)، فيما يمثل العمود الرابع الإيراد المتوسط وهو حاصل قسمة الإيراد الكلي على كمية الإنتاج (العمود الثالث ÷ العمود الأول)، أما العمود الخامس فيمثل الإيراد الحدي، وهو حاصل قسمة التغير في الإيراد الكلي على التغير في حجم الإنتاج (التغير في العمود الثالث ÷ التغير في العمود الأول).

### رابعاً: العلاقة بين التكاليف والإيرادات

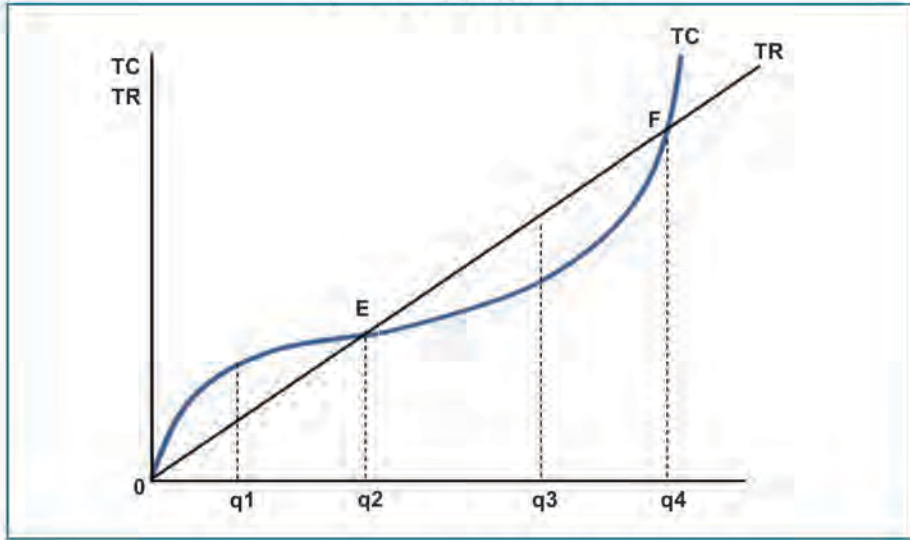
إن الفرض الأساسي الذي تقوم عليه النظرية الاقتصادية هو أن المنتج يهدف إلى تحقيق أقصى ربح ممكن، والربح هو الفرق بين الإيرادات الكلية والتكاليف الكلية، والمنتج أو المشروع عند تحديده لكمية الإنتاج، التي تجعله يحقق أكبر ربح ممكن، فإنه يظل يتوسع في الإنتاج طالما أن كل وحدة إضافية ينتجها تحقق له إيراد أكبر مما تكلفه (أي طالما أن الإيراد الحدي أكبر من التكاليف الحدية)، لكنه يتوقف عند حجم الإنتاج الذي يتساوى عنده الإيراد الحدي مع التكاليف الحدية، أي أن شرط توازن المنتج هو:

$$MR = MC$$

أي إن الكلفة الحدية تساوي الإيراد الحدي، وهذا الوضع التوازني هو أفضل وضع إنتاجي ممكن، حيث يترتب عليه تعظيم أرباح الشركة، وبما أن الإيراد الكلي عبارة عن ضرب السعر في الكمية المنتجة، لذا فإن زيادة الإيرادات تكون إما عن طريق زيادة الكميات المباعة، أو زيادة الأسعار، وبما إن الأسعار تتحدد في السوق ولن يكون بمقدور المنتج تغييرها، لكونه يعمل في سوق منافسة تامة، لذلك يجري الاعتماد على زيادة الكميات المباعة لزيادة الإيرادات والأرباح.

وبما إن (الربح = الإيراد الكلي - التكاليف الكلية)، فإن المنتج سيستمر بالإنتاج ما دام الإيراد الكلي أكبر من التكاليف الكلية، كما في الشكل (14).

شكل (14)  
العلاقة بين الإيراد والتكاليف



ويوضح هذا الشكل بأن إيرادات المنتج الكلية ستزداد بصورة مستمرة، كلما تحرك باتجاه اليمين انطلاقاً من نقطة الأصل (0)، وأن التكاليف الكلية ستزداد أيضاً، ولكن بنمط مختلف، انطلاقاً من نقطة الأصل وصولاً إلى مستوى الإنتاج (q2)، وستكون التكاليف الكلية أعلى من الإيرادات الكلية في هذه المنطقة، التي تنحصر ما بين (0 إلى نقطة E) والتي تسمى (منطقة الخسارة)، ويتحمل المنتج أعلى مستوى من الخسارة عند كمية الإنتاج (q1)، في حين سيتخلص من الخسارة عند النقطة (E) وبإنتاج الكمية (q2)، ولكنه لن يحقق أي ربح. أي إن الإيرادات الكلية ستساوي التكاليف الكلية.

**منطقة الخسارة:** وهي المنطقة التي تكون فيها التكاليف الكلية أكبر من الإيرادات الكلية.

وبعد النقطة (E) تبدأ الإيرادات الكلية بالزيادة بصورة تفوق التكاليف الكلية، ويظهر الربح نتيجة ذلك، وتسمى المنطقة المحصورة ما بين النقطة (E) و(F) بمنطقة الربح.

**منطقة الربح:** وهي المنطقة التي تكون فيها الإيرادات الكلية أكبر من التكاليف الكلية.

وبسبب ارتفاع الإيرادات الكلية على التكاليف الكلية، يحقق المنتج أعلى مستوى للربح عند إنتاج الكمية (q3)، وباستمرار الإنتاج سوف يصل المنتج إلى إنتاج الكمية (q4) وعند النقطة (F)، والتي تماثل تماماً النقطة (E)، التي لا تمثل ربحاً ولا خسارة للمنتج، ولكن إذ أراد الاستمرار بالإنتاج فإنه سيخسر حتماً.

مثال - 6: لو فرضنا أن سعر كيلوغرام واحد من الطماطم هو (1000) دينار، فإن المنتج سيحصل على (1000) دينار فقط، إذا باع كيلوغراماً واحداً فقط، أما إذا باع 10 كيلوغرامات، فإنه سيحصل على  $(10000 = 1000 \times 10)$  دينار، وهكذا يزداد الإيراد بزيادة عدد الوحدات المباعة بسبب ثبات السعر، (الإيراد الكلي = عدد الوحدات المنتجة أو المباعة  $\times$  سعر البيع).



## الأنشطة

يوجه المدرس/ أو المدرسة الطلبة لكتابة ورقة بحثية في واحد من الموضوعات الآتية:

النشاط الأول: طلب منك والدك الذي يملك معملًا للنسيج، استشارة لغرض زيادة حجم الإنتاج في المعمل المذكور، ومن دراستك لمادة الاقتصاد، فإن هناك طريقتين لزيادة حجم الإنتاج في المشروع أو المنشأة، كيف ستساعد والدك على زيادة الإنتاج؟

1 - ناقش أنت وزملائك العبارات الآتية:

- إن الكلفة الحدية تساوي الإيراد الحدي، وهذا الوضع التوازني هو أفضل وضع إنتاجي ممكن، إذ يترتب عليه تعظيم العائد.

- إن حجم التكلفة الكلية الثابتة لا يعتمد على حجم الإنتاج.

- إن أفضل مستوى للإنتاج بالنسبة إلى المنتج هي نهاية المرحلة الثانية، إذ يتحقق له أكبر قدر ممكن من الإنتاج.

النشاط الثاني: ضع جدولاً افتراضياً لكميات الإنتاج، محددًا مراحلها، مع الرسم.

## أسئلة للمراجعة

س1: عرّف المفاهيم الآتية:

- الإنتاج.
- التكاليف.
- الإيراد.
- الناتج الحدي.

- التكاليف الحدية .
- الإيراد الحدي .
- العملية الإنتاجية .
- المنظم .

س2: عدد عناصر الإنتاج وحدد عائد كل منها؟

س3: جد الناتج الحدي والمتوسط في واحد من معامل تغليب التمور، إذا علمت أن الكميات المنتجة، وعنصر العمل بحسب الحالات الآتية:

عدد العمال L	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
كمية الانتاج Q	10	25	37	47	52	55	55	53	49	44

س4: ارسم شكلاً بيانياً يوضح مراحل الإنتاج مع التأشير؟

س5: بين العلاقة بين منحنيات الناتج الكلي والمتوسط والحدي عن طريق الرسم؟

س6: على ماذا ينص قانون الغلة المتناقصة؟ وما المراحل الذي يمر بها الناتج الكلي على وفق هذا القانون؟

س7: حدد العبارات الصحيحة من العبارات الخاطئة، وضح الخطأ إن وجد مما يأتي:

- أن التكلفة الكلية تساوي التكلفة الكلية الثابتة عندما يكون حجم الإنتاج في قمته .

- عنصر الأرض كبقية عناصر الإنتاج قابلة للإهلاك .

- الأعمال الذهنية هي التي تعتمد على الجهد العضلي، وإن كانت لا تخلو من الجهد الذهني مثل أعمال البناء والحدادة والنجارة .

- التنظيم الرسمي هو مجموعة من العلاقات التي تنشأ وتستمر بين العاملين

بسبب وجودهم في مكان واحد للعمل واشتراكهم في مشكلات وأغراض متشابهة .

- دالة الإنتاج تعبر عن العلاقة بين حجم الإنتاج وكمية عناصر الإنتاج المستخدمة .

- أن أفضل مستوى للإنتاج بالنسبة إلى المنتج هي نهاية المرحلة الأولى، إذ يتحقق له أكبر قدر ممكن من الإنتاج .

- التكلفة الكلية الثابتة تتغير بتغير حجم الإنتاج .

- طالما أن البائع لا يمكنه التحكم في السعر في ظل المنافسة الكاملة، يكون الإيراد المتوسط مع السعر غير متساويين .

- يظل المنتج يتوسع في الإنتاج طالما أن الإيراد الحدي أكبر من التكاليف الحدية .

- يتوقف المنتج عند حجم الإنتاج الذي يفوق عنده الإيراد الحدي التكاليف الحدية .



## الفصل الخامس

# Markets الأسواق

- \* مفهوم السوق
- \* أهمية الأسواق
- \* أشكال الأسواق





مثال - اعتادت عائلة السيد أحمد على الخروج في نهاية الأسبوع للتسوق في احد أسواق المدينة واختاروا هذه المرة الذهاب إلى أحد أسواق بغداد الرئيسية في الشورجة، كان السوق مزدحماً ومليئاً بالبائعين والمشتريين، وكانت السلع التي يعرضها البائعون مختلفة الأنواع والأشكال، والأسعار تلي كل طلبات المشتريين المختلفين في الأذواق والحاجات والقدرات الشرائية، وكانت كل مجموعة مختصة من البائعين تتجمع في سوق مختص، فهناك سوق للأجهزة الكهربائية - وسوق للمفروشات - وسوق للملابس - وسوق للخضراوات وغيرها من الأسواق.

في مدخل السوق انتشرت متاجر الخضراوات والفواكه، ومما أثار انتباه السيد أحمد الانخفاض الواضح في أسعار الطماطم، فسأل أحد البائعين قائلاً: اليوم الأسعار منخفضة ما شاء الله فما هو السبب؟ فأجابه البائع: إنه موسم جني المحصول، والمعروض من الطماطم في السوق كبير جداً، وهو أكثر من حاجة السوق والطلب. لقد كانت المحاصيل المعروضة متشابهة تماماً من ناحية النوع والأسعار، فكل البائعين يعرضون سعراً موحداً تقريباً لبضاعتهم المتماثلة تماماً وعندئذ لا فرق أن يشتروا الطماطم من أي بائع كان.

بعد ذلك انتقلت عائلة السيد أحمد إلى سوق الأجهزة الكهربائية، إذ قرروا

شراء جهاز تلفاز جديد، ولكنهم دهشوا من تعدد أنواع وأحجام ومناشئ أجهزة التلفاز، ولذلك كانت أسعارها مختلفة من بائع إلى آخر، على وفق مواصفات الجهاز وحجمه ونوعه ومنشأه، وأخيراً قرروا شراء أحد الأجهزة المناسبة لذوقهم ودخلهم.

وفي طريقهم للخروج من السوق مرّوا على سوق الاتصالات، إذ تُجَهَّزُ الهواتف النقالة وخطوط الهاتف ومستلزماتها الأخرى كافة، ولاحظ سمير الابن الأكبر للسيد أحمد أن جميع مكاتب الاتصالات، تعلن عن توفر خطوط الهواتف النقالة لثلاث شركات فقط، وهي (آسيا سيل، وزين العراق، وكورك)، فسأل أباه عن السبب، فأجابه بأن هذه الشركات الثلاثة هي الوحيدة التي تسيطر على السوق، وتملك تراخيص تقديم خدمة الهواتف النقالة في العراق، وهي تتنافس فيما بينها للحصول على أكبر عدد من المستخدمين على أساس كلفة الخدمة وجودتها، وأخيراً قال السيد أحمد لقد كانت جولتنا طويلة ومفيدة فهيا نعود إلى البيت، وفي طريق عودتهم سمعوا من المذيع قيام وزارة النفط بإطلاق البطاقة الوقودية رقم (19) لتجهيز المواطنين بالنفط الأبيض لهذا الشهر، لأن الشتاء بات على الأبواب.

## أولاً: مفهوم السوق Market concept

في الغالب تستعمل مفردة السوق والأسواق في حياتنا اليومية، بصورة متكررة وواسعة، فنقول (ذهبنا إلى السوق، السوق صاعد اليوم، السوق متقلب وغيرها من العبارات)، ونقصد بذلك المكان الذي يتم فيه عرض البضائع والسلع المختلفة، لنشتري منها بحسب حاجاتنا ورغباتنا وقدراتنا الشرائية، وهذا الاستعمال لمفهوم السوق يتفق إلى حد ما مع المفهوم التقليدي للسوق بوصفه (المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون)، كما هو الحال في سوق (الشورجة) في مثال عائلة السيد احمد.



ولكن هذا الوصف لم يعد مناسباً للتعبير عن مفهوم السوق من الناحية الاقتصادية العلمية، نظراً للتطور الهائل في وسائل الاتصال والتوسع الكبير في الأسواق، ولذلك يعرف السوق حديثاً:

**التعريف التقليدي للسوق:** هو المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون.

**التعريف الحديث للسوق:** أنه الآلية التي يتم بها الجمع بين البائعين والمشتريين لتبادل السلع والخدمات بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وقد تكون مكاناً محدداً، أو عن طريق وسائل الاتصال المختلفة.

وعليه أصبح المكان لا يمثل ركناً أساسياً من أركان السوق، فيمكن التسوق باستعمال الهاتف النقال مثلاً (طلب تجهيز وجبة طعام تأتي إلى البيت)، أو عن طريق الانترنت (شراء سلع أو خدمات عن طريق الدفع الإلكتروني) وغيرها من الوسائل المتاحة، أي إن السوق على وفق المفهوم الاقتصادي يستند إلى عدد من الأركان الأساسية هي:

- 1 - البائعون: وهم من يقوم بإنتاج السلع والخدمات و/ أو بيعها، أي إنهم يمثلون جانب العرض في السوق.
- 2 - المشترون: وهم من يقوم بشراء السلع والخدمات لإشباع حاجات مختلفة، ويجب أن يكون هؤلاء المشترون راغبين بالشراء وقادرين عليه، ليمثلوا جانب الطلب في السوق.
- 3 - وسائل الاتصال: يتم الاتصال بين جانب العرض وجانب الطلب، إما بصورة مباشرة (وجها لوجه) مثل (الذهاب إلى السوق وشراء الطعام من البائع بصورة مباشرة)، أو بصورة غير مباشرة (عن طريق الوسطاء أو التسوق الإلكتروني أو عن طريق الهاتف النقال أو أية وسيلة أخرى).

## ثانياً: أهمية الأسواق Markets importance

تأتي أهمية الأسواق من أهمية الوظائف التي تقوم بها، وهذه الوظائف هي:

- 1 - توفير السلع والخدمات للأطراف التي تحتاج إليها في المكان المناسب والزمان المناسب والمواصفات المناسبة والأسعار المناسبة.
- 2 - السوق هو الآلية التي يتم بها تحديد قيم السلع والخدمات المختلفة، على وفق آليات العرض والطلب.
- 3 - تنظيم عمليات الإنتاج والتوزيع للسلع والخدمات، عن طريق العلاقة بين تكاليف الإنتاج والأرباح المتحققة للمشروع.

## ثالثاً: أشكال الأسواق Markets forms

في بعض الأحيان نقول: إن هناك أنواعاً عديدة من الأسواق، فمثلاً هناك سوق للسيارات - وسوق للذهب - وسوق للملابس وغيرها من الأسواق، وهذه التقسيمات للسوق يمكن أن تعد صحيحة، إذ لا بد من وجود معايير محددة لتقسيم السوق إلى أنواع محددة، وهذا التقسيم لأنواع السوق اعتمد على نوع السلعة أو الخدمة المقدمة.

ويمكن أن نقسم السوق على أساس جغرافي، فنقول سوق محلي: للسوق الخاص بأية مدينة فقط مثل الأسواق الصغيرة المنتشرة في المحلات السكنية، وسوق وطني: إذا كان المتعاملون في السوق يأتون من مناطق مختلفة للبلد، مثل سوق جميلة وسوق الشورجة في بغداد، وسوق إقليمي: إذا كان المتعاملون الرئيسيون يأتون من دول عديدة في الإقليم الجغرافي، مثل سوق الأحجار الكريمة في دبي، وسوق دولي: إذا كان المتعاملون فيه من دول العالم كافة مثل أسواق النفط العالمية وأسواق المعادن وغيرها، وهناك تقسيمات أخرى

للسوق، إلا أن ما يعنينا من الناحية الاقتصادية، هو أشكال السوق وليس أنواعه، وهذه الأشكال تعتمد على عدد من العوامل في السوق هي:

- عدد البائعين والمشتريين في السوق: أهو قليل أم كبير؟
- درجة تجانس السلع والخدمات: هل السلع والخدمات تتطابق (تشابه) في المواصفات، وتعدّ بديلة كاملة للسلع الأخرى أو أنها تتميز (تختلف) فيما بينها؟
- حرية الدخول إلى السوق: هل يمكن للبائعين الدخول إلى السوق بحرية تامة، أو توجد هناك عوائق اقتصادية أو قانونية، أو أي من العوائق الأخرى التي قد تمنع البائعين الجدد من دخول السوق؟
- توافر المعلومات الخاصة بالسوق: هل المعلومات المتعلقة بالسوق من نواحي العرض والطلب والأسعار وغيرها من المعلومات متاحة للجميع بالتساوي، أو أن هناك سيطرة على المعلومات لعدد محدود من المتعاملين؟

وعلى وفق هذه العوامل يمكن مناقشة الأشكال الأساسية الأربعة للأسواق كما يأتي:

### 1 - سوق المنافسة الكاملة **Perfect Competition Market**

من أشكال السوق النظرية التي يصعب وجودها في الواقع العملي، إلا في نطاق ضيق جداً، وأقرب مثال دال عليها أسواق المنتجات الزراعية (الخضراوات - الفواكه - ... الخ)، وتتصف هذه السوق بالآتي:

أ - العدد الكبير للبائعين والمشتريين: أي إن هناك عدداً كبيراً من البائعين وعدداً كبيراً من المشتريين، بحيث إن نسبة ما عرضه كل بائع وما يطلبه كل مشتري، لا يشكل إلا نسبة ضئيلة جداً من حجم المعروض والمطلوب من السلعة في السوق، وبذلك لن يكون بمقدور أحد من البائعين أو المشتريين التأثير في الأسعار.



ب - التجانس التام بين وحدات السلعة: إذ تتشابه وحدات السلعة فيما بينها بصورة تامة، أي أنها غير متباينة أو مختلفة، وذلك يعني أنها تعطي درجة الإشباع نفسها للمستهلك، ولذلك تعدّ كل وحدة بديلاً تاماً للوحدات الأخرى، (وهذا ما ينطبق على محصول الطماطم بالنسبة إلى عائلة السيد أحمد).

ت - الحرية التامة للدخول إلى السوق والخروج منه: نظراً لعدم وجود أي من العوائق القانونية أو الاقتصادية أو الاجتماعية للدخول إلى السوق، فإن بإمكان أي بائع جديد أن يدخل إلى السوق متى ما يشاء، وهو حر في الخروج من السوق في أي وقت يشاء.

ث - توافر المعلومات للجميع: إن المعلومات المتعلقة بالكميات المعروضة والمطلوبة كافة، وأنواع السلع ومواصفاتها وتكاليف إنتاجها وأسعارها، تكون متاحة لجميع المتعاملين من دون أي قيود.

ومن الخصائص أعلاه، يتبين صعوبة توافر كل هذه الشروط في سوق معين، فإذا كان عدد البائعين والمشتريين كبيراً جداً، وأن وحدات السلعة متماثلة، وحرية الدخول والخروج مكفولة.

فإن المعلومات قد لا تكون متاحة للجميع بالتساوي، وكما قلنا فسوق المنتجات الزراعية قد يكون الأقرب إلى هذا الشكل النظري من الأسواق، فعدد بائعي الخضار والمشتريين كبير جداً، وأن كل وحدات المنتج متماثلة، وتقدم الإشباع نفسه تقريباً (الطماطم، الخيار، التفاح، الموز)، ويمكن لأي بائع دخول السوق من دون أية عوائق، وكذا الحال في حالة الرغبة في الخروج منه، فضلاً عن توافر المعلومات بصورة عامة عن حالة السوق للجميع.

## 2 - سوق الاحتكار التام Pure monopoly Market

هو الحالة المعاكسة لحالة سوق المنافسة التامة، إذ إن كل شروط تحقق

سوق الاحتكار المطلق، هي معاكسة تماماً لشروط تحقق سوق المنافسة التامة، وكما يأتي:

أ - وجود منتج أو بائع وحيد للسلعة: هنا لا يوجد لدينا إلا مجهز وحيد للسلعة (منتج و/أو بائع)، وهو الوحيد الذي يقوم بالعرض في السوق، ومن ثم يملك التأثير التام في الأسعار، عن طريق تحكمه بالكميات المعروضة من السلعة مثل (الحكومة بالنسبة إلى المشتقات النفطية).

ب - عدم وجود سلع بديلة: إن السلعة التي يقدمها البائع في سوق الاحتكار المطلق تعد فريدة، لا توجد لها أية سلعة مماثلة أو بديلة تامة أو جزئية في السوق (مثل النفط الأبيض في مثالنا أعلاه)، وبذلك لا يمكن للمشتري الحصول عليها إلا عن طريق ذلك البائع فقط.

ت - حرية الدخول إلى السوق: لا يمكن لأي منتج أو بائع جديد الدخول إلى السوق، نظراً لوجود عوائق قانونية أو اقتصادية ومن أهم هذه العوائق:

- الامتيازات الحكومية: تقوم الحكومات أحياناً بمنح امتياز(حق) إنتاج سلعة معينة لجهة واحدة فقط (حكومية أو خاصة)، ولا تستطيع مؤسسة أخرى إنتاج أو بيع هذه السلعة مثل الكهرباء وتكرير النفط والفوسفات وغيرها.

- براءات الاختراع: هي حق قانوني يمنح لصاحب الاختراع الحق في الإفادة الحصرية من اختراعه مدة زمنية محددة، وبذلك يمنع أي شخص أو مؤسسة من إنتاج أو بيع السلع، التي اخترعها إلا بموافقة المخترع نفسه، وعليه سيكون المخترع محتكراً لإنتاج وبيع السلعة، التي قام باختراعها مدداً زمنية طويلة.

- السيطرة على المواد الخام: قد تسيطر جهة واحدة على بعض المواد الخام النادرة نتيجة امتلاكها مناطق الإنتاج مثل مناجم الألماس في بعض الدول الأفريقية ومناجم الذهب وغيرها، وعادة ما تنشأ هذه الملكية بصورة

قانونية فتكون جزءاً من الامتيازات القانونية (كما هو الحال مع النفط الأبيض الذي تحتكر وزارة النفط إنتاجه وبيعه)

● رؤوس الأموال الكبيرة: تحتاج بعض المشاريع إلى رؤوس أموال كبيرة جداً، قد لا تستطيع إلا جهات محدودة توفيرها، وبذلك فالجهة التي تتمكن من توفير رأس المال، هي الجهة الوحيدة التي ستحتكر السلعة أو الخدمة، لعدم تمكن المنتجين الآخرين من دخول السوق من مثل صناعة الطائرات في بعض الدول.

ث - سرية المعلومات: المنتج (البائع) هو الجهة الوحيدة التي تمتلك المعلومات المتعلقة بالسلعة من ناحية تكاليف الإنتاج، كمية العرض والأسعار وغيرها.

ومن الصعوبة توافر هذه الشروط في سلعة محددة على مستوى الصناعة كلها، فما ينطبق على دولة بعينها لا يصح للدول الأخرى، فلا توجد سلعة محتكرة على مستوى العالم بأجمعه، فكل السلع تقريباً يوجد لها بديل تام أو جزئي يصنعه منتجون آخرون، ويمكن استعماله من قبل المشتري للحصول على الإشباع نفسه للحاجات، ما عدا بعض براءات الاختراع الخاصة ببعض أنواع الأدوية للأمراض المستعصية.

### 3 - سوق المنافسة الاحتكارية Monopolistic Competition Market

إن مواصفات هذا السوق قريبة من مواصفات سوق المنافسة التامة، ولكن مع بعض الاختلافات المهمة التي سيتم توضيحها أدناه، عن طريق معرفة شروط تحقق هذا السوق وهي:

1 - وجود عدد كبير من الباعين والمشتريين: إن عدد المنتجين (الباعين) في هذا السوق كبير، ولكنه أقل من عددهم في سوق المنافسة التامة، ولذلك تكون الحصة السوقية لكل منتج صغيرة لا تستطيع التأثير في العرض، وبالتالي عدم تمكن أي منتج من التأثير في الأسعار، ونفس الأمر ينطبق



على المشتريين فعددهم كبير جداً، وكل من المشتريين يطلب جزءاً صغيراً جداً من السلعة، ومن ثم لا يمكن أن يؤثر في كمية الطلب الكلية والأسعار.

2 - تشابه السلع وعدم تماثلها: إن السلع والخدمات التي تُنتج وتُباع متميزة، ولكنها متشابهة أي إن هناك اختلافات في السلعة من ناحية الخصائص والمواصفات والأسعار، ولكن يمكن أن تحل سلعة محل أخرى من منتجين آخرين، وتحقق الإشباع نفسه للمشتريين، أي إن السلع هنا تعد بدائل جيدة وقابلة للإحلال بعضها مع بعض إلى حد ما.

3 - حرية الدخول إلى السوق والخروج منه: لا توجد عوائق كبيرة في الدخول إلى هذا السوق، إلا أنها لا تصل إلى حالة سوق المنافسة التامة، فهنا قد يحتاج المنتج إلى عدد من الموافقات الرسمية لدخول السوق مثل الإجازات الصحية وإجازات ممارسة المهنة وغيرها من الموافقات، ويمكن القول إن هذه العوائق لا تمثل موانع حقيقية لدخول المنتجين والبائعين إلى السوق أو الخروج منه بصورة سهلة ويسيره.

4 - توافر المعلومات: المعلومات في هذا السوق متاحة لجميع المنتجين والبائعين والمشتريين، بخصوص نوعية السلع وتكاليف إنتاجها وأسعارها، إلا أن ذلك لا يمنع من وجود بعض المعلومات الخاصة بكل منتج أو بائع، ولكن هذه المعلومات لا تؤثر في حالة السوق والأسعار.

إن معظم أسواق السلع والخدمات تقع ضمن هذا الشكل من الأسواق، من مثل (سوق الأجهزة الكهربائية وسوق الملابس والمنتجات الغذائية وغيرها)، فعدد المنتجين والبائعين كبير وعدد المشتريين كبير أيضاً، ولا يمكن أن يؤثر أي منتج أو بائع في الكميات المعروضة والأسعار، وأنه لا يمكن أن يؤثر أي من المشتريين لوحده في الكميات المطلوبة والأسعار، ولكن ما يميز هذه السوق عن سوق المنافسة التامة، أن عدد البائعين والمشتريين أقل، وأن السلع لا تكون

متماثلة تماماً، وإنما تمتاز كل منها بمواصفات خاصة تميزها من السلع الأخرى. ومع ذلك يمكن أن تكون هذه السلع بديلة عن بعضها بصورة جيدة، لأنها تحقق درجة الإشباع نفسها تقريباً (فيمكن استعمال كل أنواع السيارات للانتفاع بخدمة النقل واستعمال كل أجهزة التلفاز للانتفاع بخدمة مشاهدة البرامج وهكذا).

#### 4 - سوق احتكار القلة : Oligopoly Market

تقرب شروط هذه السوق من شروط سوق الاحتكار المطلق مع بعض الاختلافات، وكما يأتي:

أ - وجود عدد قليل من المنتجين (البائعين): هنا يسيطر عدد قليل من البائعين/ المنتجين على السوق بالكامل، ويشكل إنتاج كل منهم حصة سوقية محددة في السوق، وقد يكون عدد هؤلاء البائعين اثنين أو أكثر، ولكن عددهم لن يكون كبيراً أبداً (مثل منظمة الأوبك التي تسيطر على أكثر من 50٪ من أسواق النفط العالمية، أو شركات الهاتف النقال العاملة في العراق وعددها ثلاث فقط)، وبذلك يستطيع كل منتج/ بائع التأثير بصورة كبيرة في الأسعار، وأن عدد المشترين يكون كبيراً، ولكنه لا يصل إلى حد سوق المنافسة التامة أو الاحتكارية.

ب - تشابه السلع: تكون السلع التي يصنعها المنتجون في سوق احتكار القلة متشابهة إلى حد كبير، ولاسيما في خصائصها الأساسية (مثل النفط الخام)، ولكنها لا تكون متجانسة تماماً فهناك اختلافات واضحة في الخصائص الأخرى، مما يؤدي إلى عدم تساوي الأسعار بل تقاربها فقط.

ت - حرية الدخول والخروج من الأسواق: هناك تقييد لا يرتقي إلى القيود التي يفرضها سوق الاحتكار المطلق، من مثل العوائق القانونية (التراخيص)، والاقتصادية (حجم رأس المال المطلوب)، والتقنية (تقنية الإنتاج العالية المطلوبة)، وعليه فإن إمكان الدخول والخروج من الأسواق في سوق

احتكار القلة، أكثر مرونة من سوق الاحتكار المطلق وأقل من سوق المنافسة التامة.

ث - توافر المعلومات: يكون المنتجون على علم كامل تقريباً بالمعلومات المتعلقة بتكاليف الإنتاج والأسعار وغيرها

ويتضح من هذه الخصائص أن سوق احتكار القلة ينطبق على عدد لا بأس به من المنتجات، من مثل المواد الأولية (النفط الخام، خامات الحديد، خامات الذهب وغيرها)، والسلع النهائية (مثل الطائرات، القاطرات، البواخر وغيرها)، أو الخدمات (مثل شركات الاتصالات النقالة)، إذ إن عدد المنتجين يكون قليلاً، وهم يملكون حصة كبيرة من السوق ويتجرون سلعا أو خدمات متشابهة إلى حد كبير.

ويخلص الجدول (8) في أدناه خصائص كل شكل من أشكال السوق

جدول (8)  
مقارنة بين أشكال السوق

الخاصية	المنافسة التامة	الاحتكار المطلق	المنافسة الاحتكارية	احتكار القلة
عدد المنتجين	كبير جداً	واحد فقط	كبير	قليل جداً
عدد المشترين	كبير جداً	كبير	كبير	كبير
تجانس المنتجات	متجانسة تماماً	متنوع فريد	متشابهة ولكن غير متجانسة تماماً	متشابهة ولكن غير متجانسة تماماً
حرية الدخول والخروج	حرية مطلقة	تقييد كامل	حرية كبيرة	عوائق كثيرة
المعلومات	متاحة للجميع	سرية تامة	متاحة للجميع	متاحة للمنتجين إلى حد كبير



يختار الطالب بإشراف مدرسه/ أو مدرسته واحد من الموضوعات الآتية  
 لكتابة ورقة بحثية :

**النشاط الأول :** وأنت في الطريق من المدرسة إلى البيت وبالعكس ، ستمر على العديد من المحلات التجارية التي تعرض منتجات متنوعة ، المطلوب منك القيام بتحديد طبيعة عمل كل محل تجاري ، وتصنيفها على وفق أشكال الأسواق .

**النشاط الثاني :** شاهد إحدى النشرات الإخبارية الاقتصادية ، وأكتب تقريراً عن عدد من الصناعات التي وردت أخبارها في النشرة ، وحاول تحديد خصائص كل منتج من منتجاتها ، على ما درسته في هذا الفصل .

**النشاط الثالث :** اتفق مع مجموعة من زملائك في الإعدادية ، وحاولوا إجراء دراسة معمقة إلى حد ما عن طبيعة المنافسة بين شركات الاتصالات للهواتف النقالة ، عن طريق منافذ التوزيع المنتشرة في منطقتك ، وقارن ذلك بمحلات بيع الخضراوات في المنطقة نفسها .

**النشاط الرابع :** ناقش بتعمق العوامل المؤدية إلى الاحتكار في بعض الصناعات والخدمات في العراق ، وأثر ذلك في جودة المنتجات والخدمات وأسعارها .

س1: عرّف السوق وحدد أركانه الأساسية ثم وضح أهميته .

س2: ما هي أبرز العوامل المؤثرة في تحديد شكل السوق؟

س3: وضح ماذا تعني المصطلحات الآتية :

1 - المنافسة الكاملة .

2 - المنافسة الاحتكارية

3 - احتكار القلة

س4: ما أهم العوائق التي تعترض دخول منتجين جدد إلى سوق الاحتكار التام .

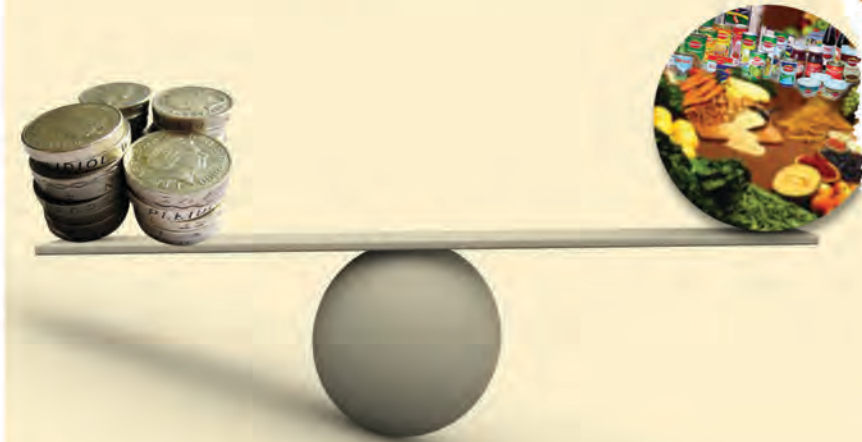
س5: ما أوجه الاختلاف بين المنافسة الاحتكارية والمنافسة الكاملة .

## توازن السوق Market Balance (تفاعل قوى العرض والطلب)

\* توازن السوق

\* التغير في وضع التوازن

\* أشكال التوازن





## توازن السوق Market Balance (تفاعل قوى العرض والطلب)

وكما ذكرنا في الفصل السابق فإن السوق بالمفهوم التقليدي هو المكان الذي يذهب إليه الناس لشراء حاجياتهم المختلفة من السلع والخدمات، أما المفهوم الاقتصادي للسوق فهو عبارة عن مجموعة من البائعين والمشتريين، الذين يرغبون في بيع وشراء سلعة معينة.

هناك ملاحظتان مهمتان في هذا التعريف:

1. لا يرتبط السوق في المفهوم الاقتصادي بمكان معين، فالسوق بهذا المفهوم هو أي مجال يتم فيه البيع والشراء، سواء كان ذلك عن طريق الهاتف أو الجوال أو الفاكس أو الإنترنت، وما إلى ذلك.
  2. لا يوجد في المفهوم الاقتصادي سوقاً واحدة للسلع والخدمات كافة، ولكن يوجد لكل سلعة سوقاً خاصاً بها، وهذا السوق يتمثل بالطلب والعرض من هذه السلعة.
- توازن السوق ويطلق عليه أيضاً «تفاعل العرض والطلب».

### أولاً: توازن السوق Markets Balance

**توازن السوق:** هو الوضع الذي تتساوى عنده الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة، وعند ذلك لا يوجد فائض في الطلب ولا فائض في العرض.

بعبارة أخرى هو الوضع الذي يتم الوصول إليه، ولا يوجد أي حافز للابتعاد عنه ما لم يؤثر فيه أي مؤثر خارجي، والمؤثرات الخارجية التي تؤثر في التوازن هي:

1. التغيير في كلٍ من محددات الطلب ومحددات العرض.
  2. تدخل الحكومة في السوق وتحديدها لأسعار السلع وهذا غالباً ما يحدث في أوقات الأزمات والكوارث.
- ويوضح الجدول (9) الكميات المطلوبة والكميات المعروضة من السلعة نفسها، والأسعار المقابلة لكل من هذه الكميات، وذلك في مدة زمنية محددة.

#### جدول (9)

الكميات المطلوبة والكميات المعروضة  
والأسعار المقابلة لسلعة معينة في مدة زمنية محددة

النقاط	P	Q <sub>d</sub>	Q <sub>s</sub>	الفرق
A	3	11	3	فائض طلب = 8
B	4	9	5	فائض طلب = 4
C	5	7	7	0
D	6	6	9	فائض عرض = 3
E	7	4	13	فائض عرض = 9

إن وضع التوازن هو الوضع الذي يتحقق فيه شرط التوازن، وهو تساوي الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة أي:

$$Q_d = Q_s$$

نلاحظ من الجدول السابق (5)، أن شرط التوازن يتحقق عندما يكون سعر السوق مساوياً لـ (5) دنانير، ففي هذه الحالة تكون الكمية المطلوبة مساوية للكمية المعروضة وبواقع (7) وحدات.

في حين عندما يكون سعر السلعة في السوق يساوي (3) دنانير، وأن الكمية المطلوبة هي (11) وحدة، على حين بلغت الكمية المعروضة (3) وحدة، أي إن هناك زيادة في الكمية المطلوبة (الطلب) يعادل (8) وحدات عن الكمية المعروضة. وهو ما سيؤدي إلى ارتفاع السعر.

وفي ظل تحرك الأسعار بسبب فائض الطلب (الكمية المطلوبة أكبر من المعروضة)، سيؤدي ذلك إلى انخفاض الكمية المطلوبة (الطلب)، وفي الوقت نفسه، تدفع الأسعار المرتفعة المنتجين إلى زيادة الكمية المعروضة، ونتيجة التفاعل بين خفض الطلب بسبب ارتفاع الأسعار وزيادة العرض بسبب ارتفاع الأسعار أيضاً، سيتحرك السعر من (3 إلى 5) مما يحقق وضعاً توازياً جديداً عند الكمية التوازنية (7) وحدة. وعندها تكون الكمية المطلوبة مساوية للكمية المعروضة.

وينطبق التحليل نفسه عند وجود فائض عرض، فإذا كان سعر السوق مساوياً (7) دنانير، فإن الكمية المعروضة (13) وحدة، أكبر من الكمية المطلوبة (4) وحدة، أي إن هناك فائضاً في الكمية المعروضة بمقدار (9) وحدة، وأن وجود فائض العرض هذا سيدفع السعر للانخفاض، وذلك لتشجيع المستهلكين على طلب كميات أكبر من السلعة.

فكلما انخفض السعر، قلت الكمية المعروضة، وفي الوقت نفسه، ارتفعت الكمية المطلوبة (تذكر قانون الطلب وقانون العرض)، ومن ثم يتقلص فائض العرض الموجود في السوق إلى أن يتلاشى هذا الفائض، ونلاحظ أنه عند السعر (5) دنانير لا يوجد هنالك فائض عرض، إذ إن الكمية المطلوبة تساوي الكمية المعروضة.

ويمكن تعريف السعر الذي تتساوى فيه كل من الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة بالسعر التوازني، إذ يمتاز هذا السعر بعدم وجود فائض طلب أو فائض عرض. أي إن السعر التوازني:



**السعر التوازني:** ذلك السعر الذي يحقق التعادل بين الكمية المطلوبة والكمية المعروضة، ويحقق التوافق بين رغبة البائعين والمشتريين، ويتحقق هذا السعر عند نقطة تقاطع منحني الطلب مع منحني العرض.

أو هو:

**السعر التوازني:** هو سعر مقبولاً للبائع وللمشتري.

إن توازن السوق يتحقق عند التقاء قوى العرض والطلب (بألية السوق)، وما يترتب عن تفاعلها من تحقق التوازن، بحيث تحدد الكمية التوازنية (الكمية المطلوبة = الكمية المعروضة)، وكذلك (السعر التوازني).  
فإن حدث أيّ اختلال في أيّ من الجانبين (العرض أو الطلب)، سيستجيب السوق عن طريق تغير السعر التوازني، للوصول إلى سعر جديد بحسب حالة الطلب والعرض.

وطالما إن المنتج يسعى إلى تعظيم أرباحه، عن طريق إنتاج وبيع أكبر كمية يمكن بيعها بسعر محدد في ضوء تكاليف الإنتاج والأسعار السائدة في السوق، فإن توازن المنتج سيختلف بحسب شكل السوق، نظراً لاختلاف عدد المنتجين والمشتريين وخصائص السوق الأخرى من طبيعة العرض والطلب ومن ثم الأسعار، وهنا سنقدم حالة توازن المنتج في حالة سوق المنافسة التامة، بوصفها الحالة الاقتصادية الأساسية التي يقوم عليها التحليل الاقتصادي، على حين سترك الحالات الأخرى لمراحل متقدمة من الدراسة في حقل الاقتصاد.

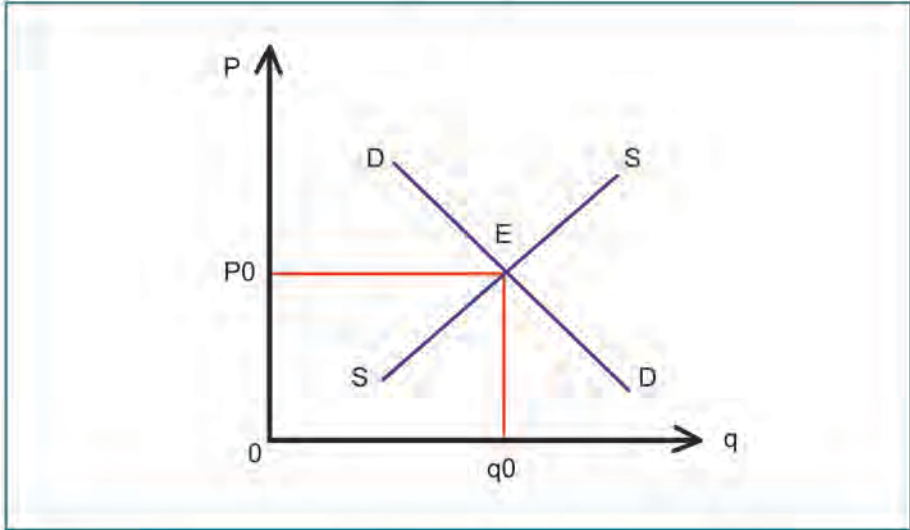
إن المنتج والمشتري كليهما لا يستطيع التأثير في الأسعار السائدة في السوق، وذلك لأن كل واحد منهما لا يشكل إلا جزءاً صغيراً جداً من قوى العرض والطلب، فعائلة السيد أحمد لن تتمكن وحدها من خفض أسعار الطماطم في السوق، مهما اشترت من كميات لأن طلبها هذا يبقى قليلاً جداً مقارنة بحجم الطلب الكلي، وأن بائع الطماطم لن يكون مضطراً للاستجابة إلى أي طلب

بسعر يقل عن سعر السوق، إذ إنه سيكون قادراً على بيع كامل الكمية التي يمتلكها بسعر أعلى.

وأن أي بائع للظماطم، لا يستطيع أن يرفع من سعرها، لأنه لن يتمكن من بيع أية كمية بسعر يفوق سعر السوق، إذ سيتحول المشترون إلى البائعين الآخرين، فما يعرضه كل بائع لا يشكل إلا جزءاً صغيراً من العرض الكلي في السوق، ومن ثم يعدّ كلا من المنتج والمشتري، متلقياً للسعر لا صانعاً له، أي بتعبير آخر أن السوق هو الذي يحدد السعر وفقاً لآلية العرض والطلب، كما هو في الشكل (15)، إذ يتم بيع كامل ما يعرضه المنتج بهذا السعر، ويكون المستهلك راغباً وقادراً على شراء الكميات المطلوبة بالسعر الذي يحدده السوق.

شكل (15)

توازن السوق



(إذ إن  $DD$  يمثل منحنى الطلب، ومنحنى  $SS$  يمثل منحنى العرض،  $E$  نقطة التقاء العرض والطلب، وهي تمثل السعر التوازني، وإن  $q_0$  يمثل الكمية التوازنية،  $P_0$  يمثل السعر التوازني).

## ثانياً: التغيير في وضع التوازن:

هو الوضع الذي يتعد عن حالة التوازن نتيجة وجود مؤثر خارجي، فهناك العديد من العوامل التي تؤدي إلى أحداث تغيير في وضع التوازن في السوق، إذ تعمل التغييرات التي تحدث في العوامل المحددة للطلب، والتغيرات التي تحدث في العوامل المحددة للعرض، إلى تغيير التوازن القائم، ويمكن تصنيف التغييرات التي تطرأ على توازن السوق إلى:

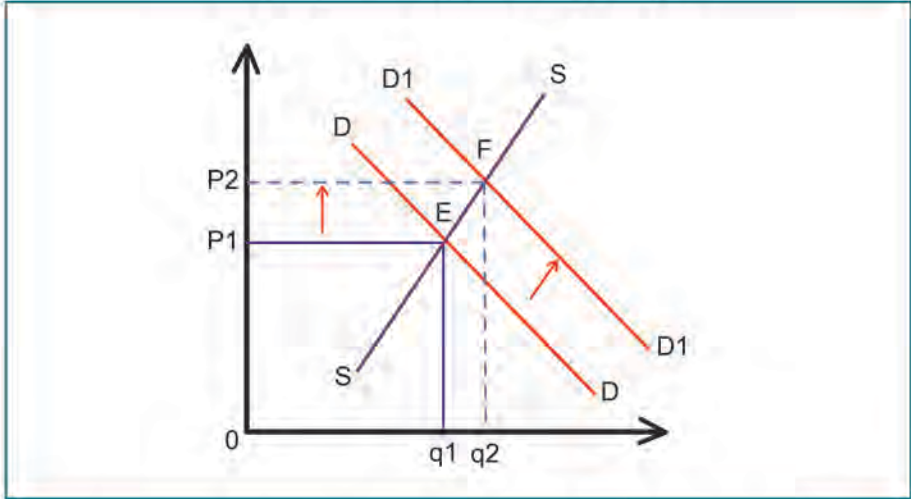
- 1 - اختلال وضع التوازن بسبب التغييرات التي تطرأ على العوامل المحددة للطلب.
- 2 - اختلال وضع التوازن بسبب التغييرات التي تطرأ على العوامل المحددة للعرض.
- 3 - اختلال وضع التوازن بسبب التغييرات التي تطرأ على العوامل المحددة لكل من الطلب والعرض معاً. (سيترك هذا التغيير إلى مراحل دراسية مختصة في علم الاقتصاد).

ونتيجة لحدوث أي من التغييرات في جانبي الطلب أو العرض بسبب حدوث تغيير في العوامل المحددة لهما، فإن هذا سيؤدي إلى حدوث انتقال في منحنى الطلب أو العرض أو كليهما.

ومن الشكل (16) يتضح أن الحالة الاعتيادية قبل حدوث أي تغيير تقاطع منحنى الطلب (DD) مع منحنى العرض (SS) في النقطة (E)، وهو وضع توازني يكون فيه السعر التوازني في السوق هو ( $p_1$ ) والكمية التوازنية ( $q_1$ )، وقد يتسبب حدوث تغيير في العوامل المحددة للطلب فينتقل منحنى الطلب من (DD) إلى ( $DD_1$ )، في ظل بقاء منحنى العرض (SS) على حاله، وهو ما يؤدي إلى حدوث توازن جديد وسعر جديد وكمية توازنية جديدة عند النقطة (F) ويلاحظ من الشكل (16) حدوث ارتفاع في سعر السلعة من ( $P_1$  إلى  $P_2$ ) نتيجة ارتفاع منحنى الطلب من (DD) إلى ( $DD_1$ ).

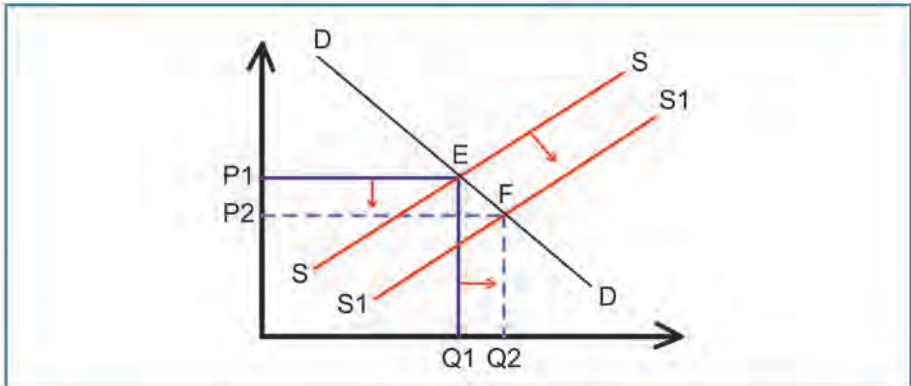


الشكل (16)  
تغير منحنى الطلب مع بقاء منحنى العرض



والحال نفسه ينطبق على ما يحدثه حصول تغير في منحنى العرض مع بقاء الطلب في الشكل (17)، وهو ما سيؤدي إلى حدوث تغير جديد في التوازن، فانتقال منحنى العرض من (SS) إلى (S1 S1) سيؤدي إلى انتقال نقطة التوازن من (E) إلى (F)، وسترتب على هذا حدوث انخفاض السعر من (P1) إلى (P2)، مما يؤدي إلى ارتفاع الكميات المطلوبة من (Q1) إلى (Q2).

الشكل (17)  
تغير منحنى العرض مع بقاء الطلب



## ثالثاً : أشكال التوازن

يقود البحث في موضوع أشكال التوازن إلى السؤال الآتي : أ هناك شكل واحد للتوازن أم إن هناك أكثر من شكل ؟ والغالب أن يكون التوازن على مستويين رئيسيين هما :

**التوازن الجزئي :** وهو الذي يحدث على مستوى السوق الواحدة، التي لا تتأثر بطبيعة التغيرات الجارية في الأسواق الأخرى، فالمنشأة الاقتصادية بإمكانها طلب عدد من الأيدي العاملة لغرض تشغيلهم على وفق الأجور السائدة في السوق من دون أن تؤثر في مستويات الأجر، أي إن طلبها هذا لن يؤدي إلى ارتفاع الأجور، نظراً لمحدودية طلبها على العمال، موازنة بحجم الطلب الكلي على العمال .

**التوازن الكلي :** هو التوازن الذي يأخذ بالحسبان التغيرات التي تحدث في الأسواق الأخرى، أي لا بد من تحليل التداخل بالعلاقات بين الأسواق المختلفة وسلوك المؤسسات فيها، لأن هذا التداخل يفرض تأثيره في انتقال التغيير من سوق معينة إلى سوق أخرى، وأن قرارات المؤسسات وسلوكها في هذه الأسواق له تأثير كبير (يتجاوز المحدودية في التوازن الجزئي) .

## الأنشطة

يمكن للطلاب أو الطالبة وتحت إشراف مدرسته أو مدرسه أن يختار واحدا من الأنشطة لكتابة ورقة بحثية:

النشاط الأول: لم يعد تعريف السوق في ظل التقدم التكنولوجي وثورة المعلومات، مقتصرًا على الأسواق الاعتيادية في المحلات والمدن، بل تجاوز ذلك إلى أن يكون التسوق عن طريق الانترنت، هل بإمكانك أن تقدم ورقة بحثية تتضمن الآتي:

1 - التسوق الإلكتروني (الانترنت).

2 - وسائل الدعاية الحديثة.

3 - التسهيلات التي تقدمها الأسواق لزبائنها.

النشاط الثاني: في منطقة سكنك يمكن الاطلاع على البضائع المختلفة في السوق، ما هي تصوراتك للكيفية التي يتم بموجبها حدوث التوازن، وللسلع الآتية:

1 - الطماطم والفواكه.

2 - اللحوم والأسماك المجمدة.

3 - الثلاجات ووسائل التبريد.

## أسئلة للمراجعة

س1: ماذا نعني بالآتي: السوق، السعر التوازني، آليات العرض والطلب.

س2: من الجدول الآتي بين وضع التوازن:

38	34	32	30	26	22	الكمية المعروضة
35	33	32	25	12	8	الكمية المطلوبة



- س3: وضح بالرسم فقط التوازن في سوق سلعة ما .
- س4: تؤدي العديد من التغيرات إلى تغيير حالة التوازن القائم ، عددها فقط .
- س5: هل إن التوازن حالة دائمة أو عرضية (طارئة)؟ أعط أمثلة لما تعتقد .
- س6: ما الفرق بين التوازن الجزئي والتوازن الكلي .

## حقوق الإنسان ومكافحة الفساد

- \* الاقتصاد وحقوق الإنسان
- \* مفهوم النزاهة ومكافحة الفساد
- \* الفساد في المؤسسات المالية



## الفصل السابع

### حقوق الإنسان ومكافحة الفساد

#### تمهيد

يُعنى علم الاقتصاد بدراسة سبل العيش والرفاهية للإنسان وحل مشكلاته الاقتصادية، فالإنسان منذ ظهوره على الأرض، عمل جاهداً على إشباع حاجاته الأساسية التي تضمن له الحياة، لكن عانت الإنسانية في القرن العشرين من حربين عالميتين، هما الحرب العالمية الأولى والحرب العالمية الثانية، التي طالت أثارهما المدمرة بلداناً عديدة، وانعكست نتائجها السلبية في الاقتصاد العالمي، ولاسيما الأزمة الاقتصادية العامة 1929 - 1933. التي أثرت سلباً في اقتصادات العالم، وكان من نتائجها الخطيرة التضخم الجامح، فضلاً عن الكساد العظيم، ثم تعطيل الزراعة والصناعة، وإفلاس البنوك وانهيار البورصة وتوقف النشاط الاقتصادي في معظم البلدان، مما أدى إلى الاستغناء عن الآلاف من العمال، وارتفاع معدلات البطالة لمستويات خطيرة جداً، مما خلق المزيد من المشاكل الاجتماعية.

#### أولاً: الاقتصاد وحقوق الإنسان

ومن هذه الحقبة الزمنية القاسية جاء الإعلان العالمي لحقوق الإنسان في العاشر من كانون الأول عام 1948 الذي يعد يوماً عظيماً في تاريخ البشرية. ففيه



صدر من الجمعية العامة للأمم المتحدة إعلان أضحى أحد النتائج السياسية الإنسانية، التي أوحى بها أهوال الحروب العالمية إلى عقول حكومات وشعوب العالم، فتعهدت بحماية حقوق الإنسان في الحياة والحرية والأمن والتملك والتحزب وإدارة الدولة، رجالاً ونساءً على السواء. ولتحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية.

وعليه سيركز هذا الفصل على توضيح العلاقة بين الاقتصاد وحقوق الإنسان، عن طريق عرض أبرز مواد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان المتعلقة بالجانب الاقتصادي، والتي لها آثار غير مباشرة في النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

## 1 - حق العمل

في هذا الجانب أشارت المادة الثالثة والعشرون من الإعلان إلى الآتي:

● لكل إنسان حق العمل واختيار العمل الذي يناسبه:

حق العمل طبيعي وأهميته لا تنحصر على الفرد نفسه، وإنما على المجتمع كله، لذلك يعد العمل مصدر الثروات وعن طريقه يحول الإنسان الموارد الطبيعية إلى سلع، فتزداد القيمة المضافة لها، ويزداد بسبب ذلك الناتج المحلي الإجمالي وتحقق الرفاهية للمجتمع.

وأن اختيار نوع العمل المناسب يعد من أهم الأسباب التي تؤدي إلى زيادة الإنتاجية، لارتباطها بطبيعة البيئة التي يعيش فيها العامل، والصفات التي يمكن أن يكتسبها من تلك البيئة، فضلاً عن التدريب والخبرة العلمية، ونوع العدد والآلات والأدوات التي يستعملها العامل في العملية الإنتاجية وظروف العمل، من حيث مكان العمل وعدد الساعات وعلاقات العمل وغير ذلك من الحوافز المعنوية والمادية، التي تحفز العامل على زيادة الإنتاج، بجانب العوامل النفسية التي تؤثر في كفاءته وفي أداء عمله.

## أ - الحق في الحصول على الأجر

لكل فرد من دون تمييز الحق في الحصول على حد أدنى من الأجر، مساوياً لنوعية العمل، أي أن يكون هناك حد أدنى من الأجر، وهذا يمثل كلفة الحفاظ على مستواه المعيشي.

فالأجر هو:

**الأجر:** مكافأة خدمة العمل، والأجير هو الذي يتقاضى أجراً مقابل مساهمته في العملية الإنتاجية، وقد تأخذ الأجور أشكالاً مختلفة، فقد يتم دفعها يومياً أو شهرياً أو بالقطعة أو أشكال أخرى.

ويخضع الأجر للقاعدة العامة للأسعار أي تفاعل قوى العرض والطلب، ويتأثر بالتقلبات التي تسود سوق العمل بسبب الدورات والأزمات الاقتصادية.

ويجب أن يكون الأجر متناسباً مع طبيعة العمل المبدول، وقد كان لنقابات العمال في مختلف المجتمعات ولا سيما المتقدمة منها في أغلب الأحيان أثر مهم في الحفاظ / أو المطالبة بوضع حدود للأجور تبعاً لطبيعة العمل ونوع المهنة.

## ب - الحصول عن الأجر المناسب

للفرد الذي يؤدي أي عمل الحق في أجر عادل ومرضٍ، يكفل له ولأسرته معيشة لائقة تحفظ كرامته الإنسانية، فضلاً عن وسائل أخرى للحماية الاجتماعية، فالأجر لا بد أن يكون كافياً للمحافظة على الصحة والرفاهية للأجير ولأسرته، ويتضمن ذلك التغذية والملبس والمسكن والضمان الصحي، وقد أخذت أغلب البلدان بتوفير قوانين الحماية الاجتماعية والمساعدات العائلية، كما هو الحال في العراق إذ تضطلع وزارة العمل والشؤون الاجتماعية بهذا الدور.

## 2- حق الملكية

لكل فرد حق في الملكية سواء كان بمفرده أم مشتركاً مع جماعة، ولا يجوز المساس بهذا الحق مطلقاً، والحق في ملكية الأشياء المنقولة وغير المنقولة والذي يعد من الحقوق الأساسية للإنسان، ما لم يعارض ذلك مصلحة المجتمع، وتؤدي التشريعات دور المنظم الذي يحافظ على هذا الحق من المصادرة والاعتداء. وهو ما نصت عليه المادة (السابعة عشرة) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:

1. لكل شخص حق التملك بمفرده أو بالاشتراك مع غيره.

2. لا يجوز تجريد أحد من ملكه تعسفاً.

وفي هذا احترام لحقوق الملكية الخاصة التي أكدتها جميع الأديان السماوية، ولا يخفى ما للملكية الخاصة من دور في خلق الحافز الاقتصادي، ودفع عجلة الاقتصاد إلى الأمام، وخلق التراكم الرأسمالي، فضلاً عما تؤديه من رفع مستوى الكفاءة الاقتصادية وتوسيع القاعدة الاقتصادية للبلد.

## 3- حق التعليم

أشارت المادة (السادسة والعشرون) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان - الفقرة الأولى منه إلى أن: (لكل شخص الحق في التعليم، ويجب أن يكون التعليم في المرحلة الأولى والأساسية في الأقل بالمجان، وأن يكون التعليم الأولي إلزامياً، وينبغي أن يعم التعليم الفني والمهني، وأن يسير القبول للتعليم العالي على قدم المساواة التامة للجميع وعلى أساس الكفاءة)، وللتعليم أهمية كبيرة ومؤثرة في اقتصاديات جميع البلدان المتطورة والنامية، إذ إن العلاقة طردية بين التعليم وزيادة المهارات، مما له أثر كبير في تحقيق التنمية.

فإذا كان سكان بلد ما متزودين بالتعليم والتدريب العالي، ومتسلحين بالثقافة والمعرفة والمهارة، فإن عنصر العمل لا بد أن يكون مؤهلاً وخبيراً وقادراً على استثمار الموارد الطبيعية استثماراً أمثل، بما يحقق الكفاءة الإنتاجية اللازمة



لزيادة الناتج المحلي الإجمالي، وهو ما ينعكس على قدرة الاقتصاد في التطور وتحقيق الرفاهية.

إن تطور التعليم العام والمهني منه سيرك آثاراً مهمة في عملية تكوين المهارات اللازمة لزيادة معدلات النمو في القطاعات (الصناعي والزراعي والخدمي) الاقتصادية. إذ إن تطوير أساليب الإنتاج في القطاع الزراعي وزيادة إنتاجية بإدخال المكائن والآلات والمعدات الحديثة، التي لا يمكن لها أن تستعمل بكفاءة، إلا عن طريق توفير المهارات اللازمة.

لذلك لا يمكن تحقيق معدلات نمو معقولة لمستوى الاقتصاد الكلي في البلدان النامية، من دون أن تكون مجتمعاتها على قدر كافٍ من التعليم، لعلاقة ذلك بتكوين المهارات وزيادة الخبرات التي تعظم الأداء وتخفض التكاليف، بجانب استيعاب التكنولوجيا الحديثة، وبما يزيد من معدلات النمو الاقتصادي.

#### 4 - الحق في التنمية والقضاء على الفقر

ظل الحق في التنمية ولا يزال، مثار جدل كبير بين فقهاء القانون من جهة ودول العالم الغنية والفقيرة من جهة ثانية، حول طبيعة هذا الحق، ومن ثم طبيعة الإلزام القانوني الناشئ عنه. بيد أن النقاش لم يخفت يوماً بالنظر إلى الكوارث الطبيعية المتسارعة والحروب التي تزيد الشعوب الفقيرة إفقاراً، وتخلق ظروفاً أكثر وضوحاً لانتهاكات حقوق الإنسان برمتها.

إن احترام حقوق الإنسان الأساسية وحمايتها، سواء أكانت اقتصادية أم مدنية أم سياسية، لا يمكن أن يكتب لها النجاح من دون توفير بيئة يمكن عن طريقها ممارسة ذلك الحق.

إن ضمان المشاركة بطريقة ديمقراطية، وتساوي الفرص وتحقيق الاحتياجات الأساسية للإنسان، تشكل جوهر الحق في التنمية، وعليه لا بد من العمل على:

1 - توفير بيئة مؤاتية للتنمية وللقضاء على الفقر.

2 - توافر الحكم الرشيد في كل بلد، ويتوقف أيضاً على وجود حكم سليم على الصعيد الدولي، وعلى الشفافية في النظم المالية والنقدية والتجارية، ولا بد من توافر نظام تجاري ومالي متعدد الأطراف، يتسم بالانفتاح والإنصاف وعدم التمييز.

3 - تعبئة الموارد اللازمة لتمويل التنمية المستدامة ولاسيما في البلدان النامية.

4 - على البلدان الصناعية اعتماد سياسة تسمح أساساً بوصول جميع صادرات البلدان الأقل نمواً إلى أسواقها، من دون فرض رسوم أو حصص عليها.

5 - تنفيذ البرنامج المعزز لتخفيف ديون البلدان الفقيرة المثقلة بالديون، من دون المزيد من الإبطاء، والموافقة على إلغاء جميع الديون الثنائية الرسمية المستحقة على تلك البلدان، مقابل تحملها لإلتزامات قابلة للإثبات بالتقليل من الفقر، ومنح المساعدة الائتمانية بقدر أكبر من السخاء، ولاسيما للبلدان التي تبذل جهوداً حقيقية لتوظيف مواردها للتقليل من الفقر.

6 - العمل على زيادة المساعدات المالية والتقنية المقدمة للبلدان النامية، لتلبية احتياجاتها الإنمائية الخاصة.

7 - العمل على إتمام مرحلة التعليم الابتدائي للأطفال كافة (سواء الذكور أو الإناث منهم)، وأن يتمكن الأولاد والبنات من الالتحاق بجميع مستويات التعليم على قدم المساواة.

8 - العمل على إيقاف انتشار الفيروسات الوبائية، من مثل الملاريا - الكوليرا - نقص المناعة المكتسبة، وغيرها من الأمراض الأخرى التي يعاني منها البشر.

9 - تعزيز المساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة، مما يؤدي إلى قلة

البطالة ومكافحة الفقر والجوع والمرض وتحفيز التنمية المستدامة  
فعالاً.

10 - وضع وتنفيذ استراتيجيات تتيح للشباب في كل مكان فرص حقيقية  
للحصول على عمل لائق ومنتج.

11 - تشجيع الصناعة الدوائية وجعل العقاقير الأساسية متاحة على نطاق  
أوسع، وميسرة لجميع الأشخاص الذين يحتاجون إليها في البلدان  
النامية.

12 - إقامة شراكات متينة مع القطاع الخاص ومع منظمات المجتمع  
المدني، سعياً إلى تحقيق التنمية والقضاء على الفقر.

13 - كفالة أن تكون فوائد التكنولوجيات الجديدة، ولاسيما تكنولوجيا  
المعلومات والاتصالات متاحة للجميع، وفقاً للتوصيات الواردة في  
الإعلان الوزاري للمجلس الاقتصادي والاجتماعي لسنة (2000).

وعليه نخلص إلى حقيقة مهمة، هي أن على الدول النامية السعي الحثيث  
نحو التنمية، بأقصى سرعة ممكنة وبأقل تكاليف، باستعمالها إجراءات  
وسياسات وتدابير، من شأنها إحداث التغييرات المطلوبة في هيكلها  
الاقتصادي، لتحقيق زيادة سريعة ودائمة في متوسط دخل الفرد الحقيقي، لتنفيذ  
متها الغالبية العظمى من الأفراد.

## 5- الحق في الراحة وأوقات الفراغ

وهو ما نصت عليه المادة السابعة (7) من العهد الدولي الخاص بالحقوق  
الاقتصادية والاجتماعية، فلكل شخص الحق في التمتع بشروط عمل عادلة  
ومرضية، تكفل على الخصوص الاستراحة وأوقات الفراغ، والتحديد المعقول  
لساعات العمل والإجازات الدورية المدفوعة الأجر، وكذلك المكافأة عن أيام  
العطل الرسمية، والعمل على زيادة الاتجاه نحو طلب المزيد من الاستمتاع



بوقت الفراغ والعناية بالأدب والفنون والرياضة، وهذا ما أكدته الدراسات الحديثة بما لا يدع مجالاً للشك، عن وجود تسويق اقتصادي لقضية الساعات المنخفضة للعمل، إذ دلت هذه الدراسات على أنه عندما تنخفض ساعات العمل تتحقق وفرة في الإنتاج وتزول حالة الإجهاد.

وتنخفض عدد إصابات العمل، فضلاً عن استعمال رأس المال الثابت بصورة أكثر كفاءة من الناحية الاقتصادية، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى زيادة الناتج وبتكلفة أقل، مما ينعكس ذلك على المجتمع ورفاهيته عن طريق الزيادة المتوقعة للناتج المحلي الإجمالي نتيجة لذلك.

## ثانياً: مفهوم النزاهة ومكافحة الفساد

يختلف مفهوم الشفافية باختلاف المؤسسات، سواء منها الاقتصادية أو المالية أو الاجتماعية، وذلك بسبب اختلاف توجهات هذه المؤسسات وبرامجها، ولكن بالمقابل كل هذه المؤسسات تتفق على أن الشفافية واحدة من أهم الوسائل لاتخاذ القرارات المناسبة، بحيث تكون كل المرافق والمؤسسات التي تدير الشأن العام شفافة، وتعكس كل ما يجري ويدور داخلها، وتكون كل الحقائق معروضة ومتاحة للبحث والمساءلة والمناقشة، وأن اعتماد المؤسسات المختلفة على المعلومة في اتخاذ القرارات، يعكس زيادة العناية بجانب الإفصاح في المحاسبة، وأهمية عدّ هذه الأخيرة المصدر الرئيس في إغناء متخذ القرار بالمعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ قراراته المختلفة، بدل أن يلجأ إلى مصادر أخرى.

فالمؤسسة الاقتصادية تنظر إلى الشفافية كمفهوم، على أنها تدفق المعلومات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية الشاملة، في الوقت المناسب وبطريقة يمكن الاعتماد عليها، ويُعدّ الحصول على المعلومات حقاً للمجتمع، ومن أهم الخطوات التي يجب توافرها لضمان النزاهة.

أما فيما يخص مفهوم الفساد، فليس هناك تعريف محدد للفساد بالمعنى الذي يستعمل فيه هذا المصطلح اليوم، لكن هناك اتجاهات مختلفة تتفق في كون الفساد:

**الفساد:** هو إساءة استعمال السلطة العامة أو الوظيفة العامة لغرض الكسب الشخصي.

ومظاهر الفساد تتعلق بمجمل الانحرافات المالية ومخالفات القواعد والأحكام، التي تنظم العمل، فضلاً عن الانحرافات الإدارية والوظيفية والتنظيمية، التي تصدر عن الموظف العام في أثناء تأديته لمهام وظيفته، من خلال منظومة التشريعات والقوانين والضوابط ومنظومة القيم الفردية، التي يجب أن ترتقي للإصلاح وسد الفراغ لتطوير التشريعات والقوانين، التي تكبح الفساد.

وتتمثل مظاهر الفساد في الوحدة الاقتصادية بـ :

- 1 - عدم احترام أوقات ومواعيد العمل في الحضور والانصراف.
- 2 - تمضية الوقت بالعمل غير المنتج مثل قراءة الصحف أو استقبال الزوار... الخ.
- 3 - الامتناع والتراخي والتكاسل وعدم تحمل المسؤولية، وإفشاء أسرار العمل والخروج عن العمل الجماعي.

### ثالثاً: الفساد في المؤسسات المالية

هو سلوك منحرف عن الواجبات والخدمة، لحسابات خاصة كالأطماع المالية والمكاسب الاجتماعية، أو ارتكاب مخالفات ضد القوانين، والفساد يتضمن مجموعة أنماط سلوكية هي:

- 1 - سوء استعمال واستغلال النفوذ الوظيفي

- 2 - سوء الإدارة
- 3 - تبادل المصالح الخاصة
- 4 - الرشوة
- 5 - السرقة
- 6 - الوساطة
- 7 - الاختلاس
- 8 - التزوير
- 9 - الروتين والبيروقراطية
- 10 - المحاباة
- 11 - الغش
- 12 - اللامبالاة
- 13 - الابتزاز
- 14 - الاحتكار
- 15 - التلاعب
- 16 - حجب المعلومات
- 17 - تشويه الحقيقة
- 18 - التحريض
- 19 - الكسب غير المشروع
- 20 - عدم احترام الوقت العام

إذ لا بد من القضاء على هذه المظاهر التي تمثل (الفساد الإداري والمالي)، لكونها من الظواهر الخطيرة التي تواجه البلدان وعلى الأخص الدول النامية، إذ أخذت



تنخر في جسم مجتمعاتها، بدءاً من الأمن، وما يتبعه من شلل في عملية البناء والتنمية الاقتصادية، والتي تنطوي على تدمير الاقتصاد والقدرة المالية والإدارية، ومن ثم عجز الدولة عن مواجهة تحديات إعادة أعمار وبناء البنى التحتية اللازمة لنموها.

ومن هنا لا بد من تطويق المشكلة وعلاجها باتخاذ خطوات جديدة ومحددة، ومكافحة الفساد بكل صوره ومظاهره، وفي مجالات الحياة كافة لتعجيل عملية التنمية الاقتصادية.

## الأنشطة

- يقدم الطالب أو الطالبة بإشراف مدرسه/ أو مدرسته ورقة بحثية في واحد من الموضوعات الآتية:
- 1 - اكتب ورقة بحثية عن بلد متطور من الناحية الاقتصادية، تبيِّن فيها حالة الرفاهية الاقتصادية في مجال الصحة والتعليم.
  - 2 - ما الحقوق الاقتصادية التي توجب الحكم الصالح من تأمينها للمواطنين؟
  - 3 - ما هي الواجبات التي يضطلع بها المتعلمون والمثقفون بإزاء مكافحة ظاهرة الفساد؟
  - 4 - كيف يمكن للمؤسسات الاجتماعية والدينية والثقافية مكافحة الفساد؟

## أسئلة للمراجعة

- س1: بين الاقتصاد وحقوق الإنسان علاقة مهمة. وضح ذلك مبيناً أهمية دراستها وأثرها في الاقتصاد القومي.
- س2: هل تعتقد بوجود علاقة بين حرية اختيار العامل لمهنته وكفاءة الإنتاج؟ ولماذا؟
- س3: هناك علاقة بين وقت الفراغ والراحة وأثره في إنتاجية الأفراد. وضح ذلك؟
- س4: هل تعتقد بأن التعليم يولد المهارة في العمل ولماذا؟
- س5: ما علاقة النزاهة والشفافية بالتنمية؟ وضح ذلك بإيجاز؟

## المصادر المعتمدة في تأليف الكتاب

- 1 - بول آ. سامويلسون وويليام د. نوردهاوس، الاقتصاد، ترجمة هشام عبدالله، الأهلية، عمان، 2001.
- 2 - جي هولتن ولسن، الاقتصاد الجزئي: المفاهيم والتطبيقات، ترجمة كامل سلمان العاني، دار المريخ - السعودية، 1987.
- 3 - جون كينيث غالبريث، تاريخ الفكر الاقتصادي، عالم المعرفة، الكويت، 2000.
- 4 - خزعزل مهدي الجاسم، الاقتصاد الجزئي، مطبعة جامعة الموصل، من دون تاريخ.
- 5 - دومينيك سالفاتور ويوجيند يوليو، مبادئ الاقتصاد، ترجمة: فؤاد صالح، أكاديميا، بيروت، 2001.
- 6 - عبد علي كاظم المعموري، تاريخ الافكارالاقتصادية، دارالحامد، عمان - الاردن، 2011.
- 7 - كامل علاوي و حسن لطيف، مبادئ علم الاقتصاد، الطبعة الاولى، النجف، 2008.
- 8 - كريم مهدي الحسنواوي، مبادئ الاقتصاد، مطبعة التعليم العالي، بغداد، 1987.





٥	<b>الفصل الأول: علم الاقتصاد - المفاهيم والمصطلحات</b>
٦	أولاً: تعريف علم الاقتصاد
٨	ثانياً: أهمية دراسة علم الاقتصاد
٩	ثالثاً: علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى
١٢	رابعاً: المشكلة الاقتصادية
١٤	خامساً: الحاجات الاقتصادية
١٧	سادساً: الفعاليات الاقتصادية
٢٥	<b>الفصل الثاني: الطلب Demand</b>
٢٦	أولاً: مفهوم وقانون الطلب
٢٨	ثانياً: جدول الطلب ومنحنى الطلب
٣١	ثالثاً: استثناءات قانون الطلب
٣٢	رابعاً: العوامل المؤثرة في الطلب (محددات الطلب)
٣٤	خامساً: التغير في الكمية المطلوبة والتغير في الطلب
٣٨	أولاً: مرونة الطلب السعرية The elasticity price of demand
٤٣	ثانياً: مرونة الطلب الدخلية Income elasticity of demand
٤٤	ثالثاً: مرونة الطلب المتقاطعة Cross elasticity of demand

٤٧	<b>الفصل الثالث : العرض (Supply)</b>
٤٨	تمهيد
٤٨	أولاً: مفهوم العرض Supply
٤٩	ثانياً: قانون العرض Law of Supply
٥٠	ثالثاً: جدول العرض Supply Schedule
٥١	رابعاً: منحنى العرض Supply Curve
	خامساً: منحنى العرض الفردي Individual Supply Curve ،
٥٢	ومنحنى عرض السوق Market Supply Curve
٥٣	سادساً: التغير في العرض والتغير في الكمية المعروضة
٥٤	سابعاً: محددات العرض Determinants of Supply
٥٦	ثامناً: مرونة العرض السعرية

### **الفصل الرابع : الإنتاج والتكاليف والإيراد Production - Costs - Revenue**

٦٢	أولاً: الإنتاج Production
٦٣	ثانياً: التكاليف Costs
٧٤	ثالثاً: الإيرادات Revenue
٧٩	رابعاً: العلاقة بين التكاليف والإيرادات

### **الفصل الخامس : الأسواق Markets**

٨٨	أولاً: مفهوم السوق Market concept
٩٠	ثانياً: أهمية الأسواق Markets importance
٩٢	ثالثاً: أشكال الأسواق Markets forms

### **الفصل السادس : توازن السوق Market Balance**

١٠٢	<b>(تفاعل قوى العرض والطلب)</b>
١٠٣	أولاً: توازن السوق Markets Balance
١٠٨	ثانياً: التغير في وضع التوازن
١١٠	ثالثاً: أشكال التوازن

### **الفصل السابع : حقوق الإنسان ومكافحة الفساد**

١١٣	تمهيد
١١٤	أولاً: الاقتصاد وحقوق الإنسان
١٢١	ثانياً: مفهوم النزاهة ومكافحة الفساد
١٢٢	ثالثاً: الفساد في المؤسسات المالية